

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт

Экономика и менеджмент

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Повышение конкурентоспособности предприятия  
(на примере ООО «Элина»)

тема

Руководитель

\_\_\_\_\_      доцент, к.э.н      А. Н. Дулесов  
подпись, дата      должность, ученая степень      инициалы, фамилия

Выпускник

\_\_\_\_\_      А. С. Степень  
подпись, дата      инициалы, фамилия

Абакан 2017

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:  
Повышение конкурентоспособности предприятия (на примере ООО «Элина»)

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

А. Н. Дулесов \_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т. И. Островских \_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

А. Н. Дулесов \_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Н. Л. Сигачева  
инициалы, фамилия

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Повышение конкурентоспособности предприятия (на примере ООО «Элина»)

ВКР выполнена на 77 страницах, с использованием 5 иллюстраций, 35 таблиц, 7 формул, 4 приложений, 37 использованных источников, 12 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: конкурентоспособность, SWOT-анализ, внешняя среда, внутренняя среда, конкурентная стратегия, конкурентные преимущества, конъюнктура, планирование, потенциал конкуренции, прямой маркетинг, исследование рынка, сегментация.

Автор работы (73-2)

\_\_\_\_\_ А. С. Степень  
подпись      инициалы, фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ А. Н. Дулесов  
подпись      инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы — 2017

Цель работы — разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия.

Задачи: дать понятие конкуренции; изучить методы анализа внешней среды как ключевого этапа разработки конкурентной стратегии; разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях рыночных отношений критерием устойчивости и выживаемости предприятия в рыночной среде служит его конкурентоспособность, анализ, оценка и прогнозирование которой становится объективной необходимостью, так как в современной конкурентной борьбе при всей ее масштабности, динамизме и остроте выигрывает тот, кто анализирует и борется за свои конкурентные позиции.

Научная новизна квалификационной работы заключается в проведении системного исследования по вопросам оценки сильных и слабых сторон деятельности выбранного предприятия, выявлении конкурентных преимуществ.

В квалификационной работе разработан план мероприятий для повышения конкурентоспособности ООО «Элина», в соответствии с которым необходимо принять меры организационно-управленческого характера, которые при целенаправленной реализации позволят предприятию значительно повысить эффективность деятельности.

По результатам проведенных исследований определено основное направление повышения конкурентоспособности ООО «Элина»: расширение деятельности в другом направлении на базе имеющегося производственного потенциала.

## ABSTRACT

In the form of bachelor's work Increasing the competitiveness of the enterprise by the example of LLC Elina.

WRC was performed on 77 pages, using 5 illustrations, 35 tables, 7 formulas, 4 applications, 37 sources used, 12 number of sheets of illustrative material (slides).  
Keywords: competitiveness, SWOT-analysis, external environment, internal environment, competitive strategy, competitive advantages, conjuncture, planning, potential of competition, direct marketing, market research, segmentation.

Author of the work (73-2)	_____	A. S. Stepen
	Signature initials, surname	
Head of the work	_____	A. N. Dulesov
	Signature initials, surname	
Norm controller	_____	<u>E. A. Nikitina</u>
		signature initials, surname

Year of protection of qualification work – 2017

The purpose of the work is to develop measures to increase the competitiveness of the enterprise.

Tasks: to give the concept of competition; To study methods of analyzing the external environment as a key stage in the development of a competitive strategy; To develop measures to increase the competitiveness of the enterprise.

The relevance of the research topic is conditioned by the fact that in the conditions of market relations the criterion of stability and survival of an enterprise in a market environment is its competitiveness, the analysis, assessment and forecasting of which becomes an objective necessity, since in modern competitive struggle for all its scale, dynamism and acuity, Who analyzes and fights for their competitive positions.

The scientific novelty of the qualification work is to conduct a systematic study on the evaluation of the strengths and weaknesses of the selected enterprise, identifying competitive advantages.

In the qualification work, a plan of measures has been developed to increase the competitiveness of LLC Elina, in accordance with which it is necessary to take organizational and managerial measures that, with purposeful implementation, will allow the enterprise to significantly increase the efficiency of its activities.

Based on the results of the studies, the main direction of increasing the competitiveness of LLC Elina is determined: expansion of activities in the other direction on the basis of the existing production potential

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»  
институт  
«Экономика и менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
И.В. Панасенко  
подпись инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

« 28 » 02 2017 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические основы конкурентоспособности предприятия .....	8
1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности .....	8
1.2 Методы конкурентоспособности.....	14
1.3 Формирование конкурентных преимуществ предприятия .....	19
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Элина» .....	25
2.1 Характеристика предприятия .....	25
2.2 Анализ актива баланса.....	27
2.3 Анализ пассива баланса.....	32
2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия .....	35
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия .....	38
2.6 Управленческий анализ .....	43
2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия .....	47
2.8 Вопросы экологии.....	49
3 Проектная часть. Стратегия повышения конкурентоспособности ООО «Элина» .....	51
3.1 Обоснование мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия .....	51
3.2 Расчет затрат на проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности .....	57
3.3 Определение эффективности предлагаемых мероприятий .....	61
Заключение .....	67
Список использованных источников .....	67
Приложения А-Б .....	72
Иллюстративный материал (слайды)	

## ВВЕДЕНИЕ

Повышение конкурентоспособности предприятий во многом зависит от возможности и качества управления конкурентными преимуществами. В условиях постоянно меняющейся конъюнктуры рынка необходимо разрабатывать адекватные конкурентные стратегии, которые в свою очередь должны вызвать изменения во внутренней среде, способствующие повышению конкурентоспособности. Системное рассмотрение различных аспектов анализа, оценки и управления процессом роста конкурентоспособности предприятий актуально во всех отраслях экономики.

Теоретическое обоснование и практическое использование методики диагностики уровня конкурентоспособности предприятия, а также разработка системы управленческих решений в целях обеспечения роста конкурентоспособности предприятия является весьма актуальной проблемой современного менеджмента.

Чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

Определение конкурентоспособности предприятия необходимо не только и не столько для оценки количественного значения этого показателя, сколько в целях анализа конкурентоспособности рассматриваемого предприятия, выявления преимуществ и недостатков его деятельности в ходе конкурентной борьбы, закрепления первых и устранения последних.

Цель работы — разработать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности организации за счет совершенствования маркетинговой деятельности.

Для достижения целей работы необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть понятие конкурентоспособности предприятия;
- рассмотреть методы оценки конкурентоспособности предприятия;



- исследовать пути повышения конкурентоспособности предприятия;
- оценить финансовое состояние, финансовую устойчивость и конкурентоспособность предприятия;
- провести анализ конкурентной среды и разработать стратегию повышения конкурентоспособности;
- предложить мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия.

Объектом исследования в данной работе выступает ООО «Элина».

Предметом исследования является хозяйственная деятельность предприятия и управление повышением конкурентоспособности предприятия.

Для изучения финансового состояния предприятия использовались такие методы, как группировка, сравнение, метод относительных и средних величин, табличный способ, структурный анализ.

Структура работы построена с учетом соблюдения логической последовательности и взаимосвязи отдельных разделов, факторов и составляющих исследуемых проблем.

В первой части исследована проблема конкурентоспособности предприятия, дано ее понятие и оценка, выявлены факторы, влияющие на уровень конкуренции. Во второй части проведен подробный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В третьей части предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия.

В заключении изложены основные результаты исследования, сформулированы основные выводы и практические рекомендации по совершенствованию оценки и управления процессом повышения конкурентоспособности предприятий.

# **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности**

Экономическая свобода в современных рыночных условиях характеризуется, как правило, повышенным хозяйственным риском, поведением конкурентов, влиянием случайных факторов неэкономической природы на эффективность принятия управленческих решений, изменчивостью рыночной конъюнктуры и т.д. В таких условиях, прежде чем принять управленческие решения руководители должны в сжатые сроки изучить внутреннюю и внешнюю среду, провести оценку влияния возникших рыночных изменений на его деятельность и найти новые решения по ее корректировке.

Конкурентоспособность — это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке [13].

Конкурентоспособность — это совокупность необходимых и достаточных характеристик объектов, обеспечивающая способность ее конкурировать с другими аптеками на конкретном рынке в определенный период времени [24].

К организационным условиям конкурентоспособности относят:

- 1) обеспечение максимально возможного приближения продавцов товара к показателям, влияющим на снижение издержек обращения;
- 2) доставка товара до места потребления не только крупным оптом-транзитом, но и мелкими партиями через складские предприятия;
- 3) грамотное пользование транспортными уставами, кодексами, правилами перевозок, транспортными тарифами и другими основополагающими документами в этой области;

4) расширение послепродажного сервиса, оказываемого потребителям с гарантийным и послегарантийным обслуживанием [20].

Конкуренция - это соперничество на каком-либо сегменте рынка между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. Такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя.

Для эффективного планирования и дальнейшего применения конкурентных стратегий, компании необходимо выяснить о своих конкурентах все, что возможно. Компания должна постоянно сравнивать свои товары, цены, каналы сбыта и методы стимулирование сбыта с теми, которые использует ее конкуренты, анализировать свои преимущества и недостатки. Проанализировав текущую ситуацию, она может ответить, пустив в ход более эффективные маркетинговые кампании, в ответ на действия своих конкурентов [12].

Конкурентоспособность объекта исследуется для конкретной группы потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Если не указан рынок, на котором конкурентоспособен объект, это означает, что данный объект в конкретное время является лучшим мировым образцом. В условиях рыночных отношений конкурентоспособность характеризует степень развитие общества. Чем выше конкурентоспособность страны, тем выше жизненный уровень в этой стране.

Во многих дискуссиях о торговле и конкуренции применяются слишком уж общие определения отраслей, например «банковское дело», «химическая промышленность» или «Машиностроение». Это очень широкий подход, так как и природа конкуренции, и источники конкурентного преимущества существенно варьируется в пределах каждой такой группы. Например, машиностроение – это не единая отрасль, а десятки отраслей с разной стратегией, например производство оборудования для ткацкой промышленности, для изготовления резинотехнических изделий или для книгопечатания, и у каждой — свои особые требования для достижения конкурентного преимущества [12].

Разрабатывая конкурентную стратегию, фирмы стремятся найти и воплотить способ выгодно и долговременно конкурировать в своей отрасли. Универсальной конкурентной стратегии не существует; только стратегия, согласование с условиями конкретной отрасли промышленности, навыками и капиталом, которыми обладает конкретная фирма, может принести успех.

Выбор конкурентной стратегии определяют два главных момента. Первый – структура отрасли, в которой действует фирма. Суть конкуренции в разных отраслях сильно различается, и вероятность долговременного получения прибыли в разных отраслях неодинакова. Например, средняя прибыльность в фармацевтической промышленности и производстве косметики очень высока, а в выпуск стали и многих видов одежды — нет. Второй, главный момент — это позиция, которую фирма занимает в пределах отрасли. Некоторые позиции более выгодные, чем другие, вне зависимости от средней прибыльности отрасли как таковой [32].

Каждый из этих моментов сам по себе недостаточен для выбора стратегии. Так, фирма в очень прибыльной отрасли не может получить большой прибыли, если неправильно выберет позиции в отрасли. И структура отрасли, и позиция в ней могут меняться. Отрасль может со временем становится более (или менее) «привлекательной» по мере изменения условий создания в стране этой отрасли или других элементов структуры отрасли. Позиция отрасли — отражение нескончаемой войны конкурентов.

Фирма может влиять и на структуру отрасли, и на позицию. Фирмы, у которых дело идет успешно, не только реагируют на изменение «окружающей среды», но и стараются сами изменить ее к своей выгоде. Существенное изменение положение в конкурентной гонке влечет за собой перемены в структуре отрасли или появление новых основ для конкурентного преимущества.

Конкурентная стратегия должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса и ее изменения. В любой отрасли экономики — неважно, действует она только на внутреннем рынке или на

внешнем тоже, — суть конкуренции выражается пятью силами:

- 1) угрозой появления новых конкурентов;
- 2) угрозой появления товаров или услуг — заменителей;
- 3) способностью поставщиков комплектующих изделий и т. д. торговаться;
- 4) способностью покупателей торговаться;
- 5) соперничеством уже имеющихся конкурентов между собой.

Значение каждой из пяти сил меняется от отрасли к отрасли и предопределяет, в конечном счете, прибыльность отраслей. В тех отраслях, где действия этих сил складываются благоприятно (скажем, в производстве безалкогольных напитков, промышленных компьютеров, в торговле программным обеспечением, в производстве лекарственных препаратов или косметики), многочисленные конкуренты могут получать высокие прибыли от вложенного капитала. В тех же отраслях, где одна или несколько сил действуют не благоприятно (например, в производстве резины, алюминия, многих металлоизделий, полупроводниковых приборов и персональных компьютеров), очень не многим фирмам удастся долгое время сохранять высокие прибыли.

Пять сил конкуренции определяют прибыльность отрасли, потому, что они влияют на цены, которые могут диктовать фирмы, на расходы, которые им приходится нести, и на размеры капиталовложений, необходимые для того, чтобы конкурировать в этой отрасли. Угроза появления новых конкурентов снижает общий потенциал прибыльности в отрасли, потому что они привносят в отрасль новые производственные мощности и стремятся заполучить долю рынка сбыта, тем самым снижая позиционную прибыль. Мощные покупатели или поставщики, торгуясь, извлекают выгоду и снижают прибыль.

Ожесточенная конкуренция в отрасли снижает прибыльность, ибо за то, чтобы сохранить конкурентоспособность приходится платить (расходы на рекламу, организацию сбыта, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР)), или же прибыль «утекает» к покупателю за счет снижения цен. Наличие товаров-заменителей ограничивает

цену, которую могут запросить фирмы, конкурирующие в этой отрасли; более высокие цены побудят покупателей обратиться к заменителю и снизят объем производства в отрасли [32].

Для предприятия или организации очень важно правильно выбрать конкурентную стратегию, определить позицию организации в конкурентной борьбе и конкурентоспособности ее отдельных продуктов, проведя сбор и анализ необходимой информации. Выбор стратегии определяется результатом исследований двух проблем:

1) нужно установить привлекательность данной отрасли в долгосрочной перспективе;

2) нужно определить конкурентные позиции предприятия и его продуктов по сравнению с другими предприятиями в этой сфере.

Анализ конкурентов и планирование конкретных действий в отношении главных соперников часто приносят больше пользы, чем существенный рост на данном сегменте рынка. Зная сильные и слабые стороны конкурентов, можно оценить их потенциал, цели, настоящую и будущую стратегии. Это позволит стратегически точно сориентироваться на то, где конкурент слабее. Таким образом, предприятие может расширить собственные преимущества в конкурентной борьбе.

Эффективность и конкурентоспособность — две тесно взаимосвязанных категории в рыночной экономике. Если рассматривать понятие «конкурентоспособность» применительно к предприятию, то его можно определить, как возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Эта реализация обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Таким образом, конкурентоспособность предприятия — это итоги его производственно-хозяйственной деятельности, в которых отражаются усилия всех без исключения служб и подразделений, а также способность реагировать на изменение конъюнктуры рынка [29].

Конкурентоспособность предприятия можно определить и как

способность выпускать конкурентоспособную продукцию, ее преимущества по отношению к группе предприятий, относящихся к одной отрасли, либо предприятий выпускающих аналогичные товары. Оценка степени конкурентоспособности предприятия начинается с выбора базовых объектов для сравнения, выбора лидирующего предприятия, которое обладает параметрами:

- сопоставимостью характеристик выпускаемой продукции по идентичности потребности, удовлетворяемых с ее помощью;
- идентичностью сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;
- определением фазы жизненного цикла, в которой функционирует предприятие [38].

В целом, конкурентоспособность предприятия находится в прямой зависимости от общей эффективности его деятельности и обусловлена использованием технического прогресса, постановкой маркетинговой службы, грамотным менеджментом, экономическими, технологическими параметрами. Оценка конкурентоспособности предприятий представлена на рис 3. Для более детального изучения конкурентоспособность рассмотрена с различных позиций: потенциал, факторы, параметры [36].

Предприятие, функционирующее в условиях конкурентной среды, помимо получения прибыли должно ставить перед собой цель – повышение конкурентоспособности своей продукции, изучение деятельности конкурентов, стремление занять свою нишу на рынке, сформулировать стратегию развития, оценить возможности функционирования, сильные и слабые стороны, связи с внешней средой.

Состояние конкурентной среды в условиях малых и средних предприятий позволяет оперативно реагировать на изменения в рыночной конъюнктуре: быстро переходить с одного ассортимента на другой, изменять объем выпускаемой продукции.

## 1.2 Методы конкурентоспособности

В современных условиях рыночной экономики, характеризующейся полной свободой потребительского выбора, предприятия вынуждены вести постоянную борьбу друг с другом за лучшие условия. Одним из значительных факторов, влияющих на повышение эффективности фирмы, считается уровень конкурентоспособности. Рассмотрим основные методы оценки конкурентоспособности, применение которых, на наш взгляд, способно вывести российский бизнес на качественно более высокий уровень [9].

Анализ экономической литературы по рассматриваемой тематике позволяет выделить несколько подходов к решению сформулированной задачи оценки конкурентоспособности, рисунок 1.1.

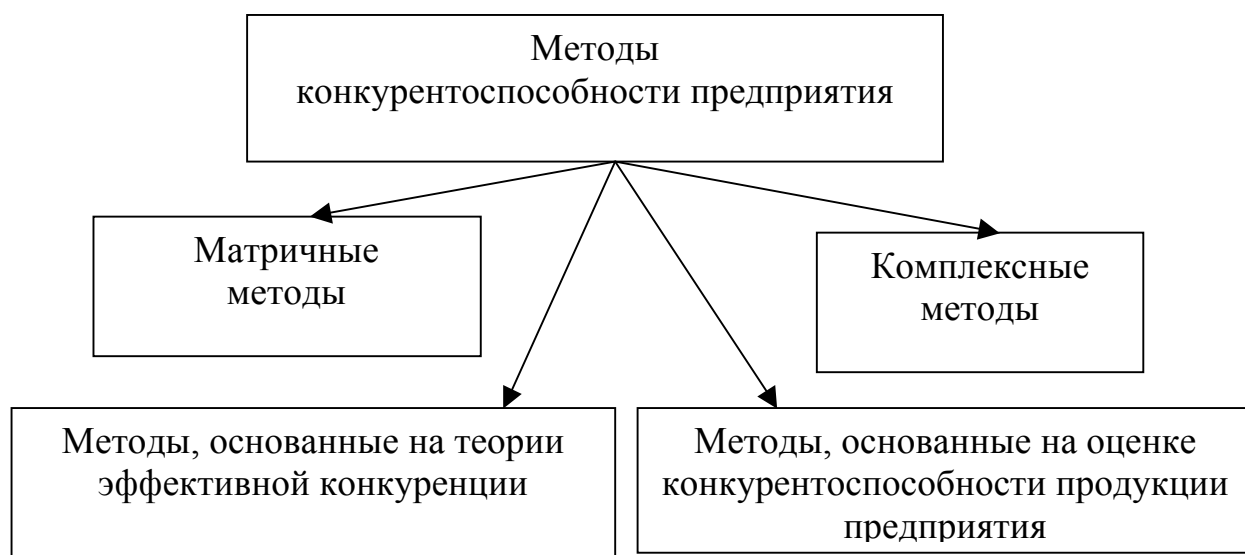


Рисунок 1.1 — Методические подходы оценки конкурентоспособности предприятия

Методологически неразрывно связанной с решением проблемы повышения конкурентоспособности предприятия является оценка его конкурентоспособности, поскольку только на основе такой оценки могут быть сделаны выводы о степени конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Указанная оценка является отправной точкой разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и в то же время — критерием результативности этих мероприятий. Кроме того, оценка



конкурентоспособности является методологической основой для анализа и, как следствие, выявления путей повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [11].

Метод, отмечающий значимость оценки продукта. Главной идеей считается зависимость конкурентоспособности компании от конкурентоспособности товаров. Критерием является соотношение двух характеристик: стоимости и качества. [38]

Метод, базирующийся на теории эффективной конкуренции. Подразумевает значимость согласованности всех подразделений компании. За основу берется оценка следующих условий:

- 1) экономичность издержек, усовершенствование товаров;
- 2) автономия фирмы, ее способность рассчитываться по долгам, стремление к стабильному развитию фирмы;
- 3) эффективность управления сбытом и продвижением продукта при помощи рекламы;
- 4) стоимость и качество товара.

Диверсификация. Стратегия основывается на создании новых продуктов для новых рынков. Риски, связанные с ней, обосновываются невозможностью деятельности в иных стратегиях или гарантия высокой прибыли.

Метод, уделяющий внимание поведению потребителя. Берет за основу соотношение финансовых характеристик и отношения покупателей к производимым товарам. В экономической литературе данный метод обосновывается следующими положениями. Из определения конкурентоспособности товара следуют следующие утверждения: во-первых, товар обладает некой совокупностью характеристик, во-вторых, эта совокупность характеристик товара влияет на деятельность покупателя, т. е. является одним из факторов, повлиявших на акт покупки, в-третьих, совокупность свойств данного товара является для потребителя более значимой, чем совокупность свойств товаров-конкурентов. Из этих трех утверждений следует вывод о том, что для оценки конкурентоспособности

товара важнейшей составляющей является исследование поведения потребителей [12].

Математические методы конкурентоспособности:

1. Представление объединяющего показателя конкурентоспособности суммой вида (формула 1.1):

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i \quad (1.1)$$

где  $K$  – уровень конкурентоспособности продукции;

$K_i$  – индивидуальные показатели конкурентоспособности отдельных сторон деятельности фирмы одним числом  $N$ ;

$W_i$  – весомость отдельных факторов в общей сумме.

2. Расчет цены потребления: сумма цены приобретения продукции и издержек покупателя, связанных с использованием продукции.

3. Отношение комплексного показателя качества к стоимости потребления, которое складывается из продажной цены и затрат потребителя при эксплуатации.

4. Определения уровня продаж путем активной рекламной и другой деятельности по продвижению товара. Тогда совокупный показатель конкурентоспособности выражается, как (формула 1.2):

$$J_i = \frac{\alpha_i A_i}{C_{потр.i}} \quad (1.2)$$

где:  $J_i$  – эффективная конкурентоспособность  $n$ -го вида продукции;

$A_i$  – интегральный показатель качества продукта;

$\alpha_i$  – коэффициент учета мероприятий по продвижению  $n$ -го вида продукта ( $\alpha \geq 1$ );

$C_{потр.i}$  – цена потребления.

5. Математический метод, представленный в форме функции от

переменных (формула 1.3):

$$K = f(Q, Ц, M, S) \quad (1.3)$$

где: Q – показатель качества;

Ц – цена;

M – эффективность стратегии по продвижению товара;

S – стоимость сервисного обслуживания. [30]

Главной целью каждого производителя является получение наибольшей прибыли. Однако в условиях рыночной конкуренции ему необходимо не только создавать качественную и пользующуюся спросом продукцию, но и стремиться опередить своих конкурентов, производящих те же товары. Определяющей категорией в данном вопросе является наличие у фирмы конкурентных преимуществ, то есть уникальных характеристик, выделяющих ее среди остальных.

Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продукции предприятия - это группа методов базируется на суждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. Для определения конкурентоспособности продукции используются различные маркетинговые и квалиметрические методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения цена-качество. [17]

Методы, основанные на теории эффективной конкуренции. Суть подхода заключается в балльной оценке способностей предприятия по обеспечению конкурентоспособности. Каждая из сформулированных в ходе предварительного анализа способностей предприятия по достижению конкурентных преимуществ оценивается экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов. Комплексные методы подразумевают, что оценка конкурентоспособности предприятия ведется на основании выделения текущей и потенциальной конкурентоспособности предприятия. В большинстве случаев

текущая конкурентоспособность определяется на основании оценки конкурентоспособности продукции предприятия, потенциальная - по аналогии с методами, основанными на теории эффективной конкуренции.

Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности предприятия позволяет отметить следующие общие недостатки представленных методов. Подавляющее большинство методик основывается на выявлении факторов, определяющих конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, при этом упор делается на создании их исчерпывающего перечня. Однако система факторов конкурентоспособности предприятия является открытой, а множество элементов этой системы — нечетким.

Таким образом, количество факторов конкурентоспособности практически бесконечно, следовательно, как бы ни был обширен их перечень, он все равно не будет исчерпывающим, а значит, и основанная на таком неполном перечне оценка конкурентоспособности предприятия будет неадекватной. Ставя во главу угла исчерпывающий перечень факторов конкурентоспособности, исследователи попадают в тупик, поскольку такой перечень невозможен в принципе.

Ряд методик при оценке конкурентоспособности предприятий основывается на весьма сложных идеализированных построениях: вводятся новые для экономической науки определения и показатели, строятся различные матрицы, вводятся новые системы координат и так далее. И хотя логическая обоснованность используемых теоретических моделей не вызывает сомнения, в конкретных экономических условиях конкретного хозяйствующего субъекта эти модели предстают как весьма абстрактные. [17]

В результате этого в ряде случаев не только невозможно осуществить сколько-нибудь точную количественную оценку того или иного предлагаемого параметра, но и вовсе сложно дать ему четкое определение. Все это существенно снижает возможность математической обработки вводимых категорий и не позволяет адекватно оценить конкурентоспособность предприятия.

### **1.3 Формирование конкурентных преимуществ предприятия**

Конкурентная стратегия - совокупность действий компании, нацеленных на привлечение большего количества потребителей, процесс выбора приоритетных направлений развития предприятия. Стратегия базируется на применении аналитической информации, анализе экономических и человеческих ресурсов компании, проведении исследований.

Для защиты конкуренции в России был принят Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 13.07.2015) [3]. Общая суть закона заключается в запрете распространения информации о хозяйствующем субъекте, несоответствующей действительности. Также не допускается сравнение предприятий и производимых ими товаров в некорректной форме и незаконное использование результатов трудовой и умственной деятельности.

Немаловажным обстоятельством увеличения конкурентоспособности является наличие в распоряжении конкурентных преимуществ у фирмы, которые разделяются на:

1) Преимущества низкого порядка: рабочая сила, материальные и финансовые ресурсы, здания и оборудование.

2) Преимущества высокого порядка: уникальные: продукты технологии, персонал, ресурсы, связи, репутация, высококлассные специалисты.

Фирма, обладающая превосходствами преимущественно низкого порядка, имеет возможность предлагать потребителям продукты по более выгодным ценам за счет использования дешевых ресурсов. Однако, эти преимущества недолговечны, ведь цены на ресурсы могут подняться. Уникальные знания и навыки, помогающие получить преимущества высокого порядка, больше удовлетворяют потребности потребителей.

Признаки конкурентных преимуществ:

– индивидуальность (особенности, характерные только данному предприятию, помогают ему стать заметным на фоне других);

- выгодность (предоставление клиенту качественного товара за приемлемую цену);
- устойчивость (сохранение своей значимости в условиях изменений среды);
- рентабельность (успешное развитие бизнеса, получение большой прибыли);
- коммерческая активность.

Важнейшую роль в определении уровня конкурентоспособности играют факторы, представленные на рисунке 1.2.

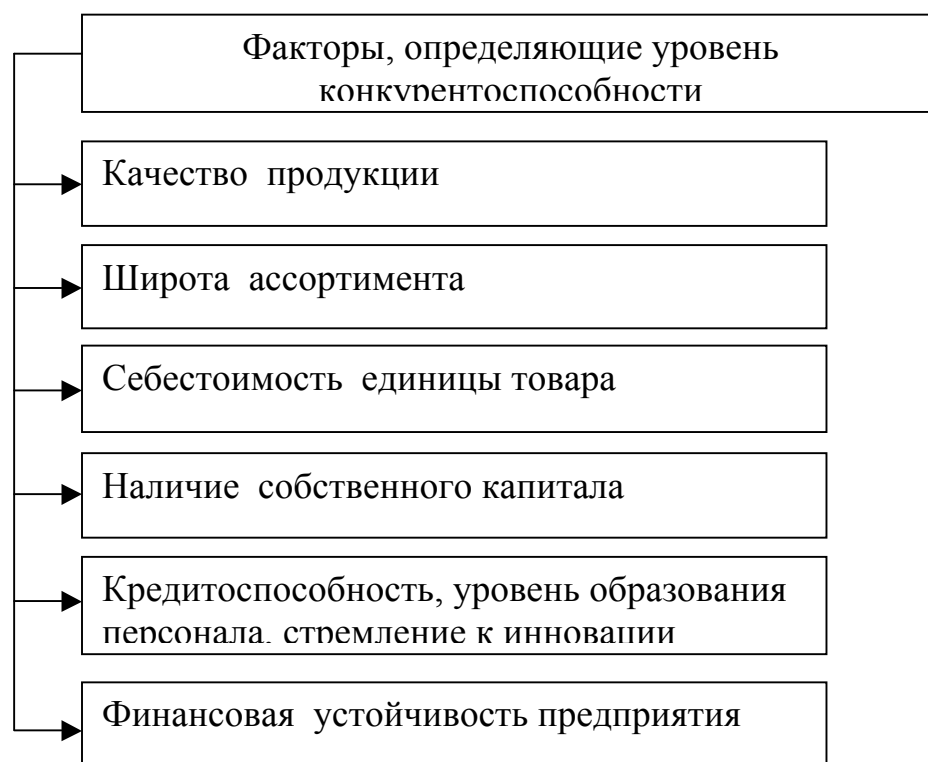


Рисунок 1.2 — Основные факторы, определяющие конкурентоспособность

Существуют два вида конкурентного преимущества:

1) более низкие затраты — означают способность предприятия разрабатывать, выпускать и продавать похожий товар с наименьшими затратами, чем у конкурентов;

2) дифференциация товаров — это способность обеспечения покупателя большей ценностью в форме нового качества товара, его особенных потребительских свойств или послепродажного обслуживания, что дает

возможность устанавливать более высокие цены.

Скорость, эффективность, оригинальность, ориентация на потребителя, качество и продуктивность — это факторы, которые могут привести к занятию фирмой более выгодной конкурентной позиции.

Для того чтобы предложить пути повышения конкурентоспособности предприятия необходимо хорошо представлять внешнюю среду, в которой работает предприятие, ее факторы и иметь четкое представление о внутренней среде предприятия.

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо обращать внимание на обдуманное, взвешенное и квалифицированное управление производством с учетом специфических условий переходного периода, а также на разработку и реализацию внешней и внутренней конкурентоспособной политики предприятий.

Существует ряд факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы. Их можно разделить на внутренние и внешние. К внешним факторам относятся:

- политическая обстановка в государстве и влияние государства на ценовую, налоговую, внешнеэкономическую, финансово-кредитную, научно-техническую и инновационную политику;
- государственное регулирование качества продукции;
- антимонопольное законодательство;
- система мер государственной поддержки отечественного производителя;
- состояние спроса и предложения на рынке и развитие инфраструктуры рынка;
- наличие конкурентов и состояние конкуренции на рынке;
- размещение производственных сил и уровень концентрации производства;
- наличие сырьевых ресурсов;
- общий уровень техники, технологий и инноваций в отрасли.

К внутренним факторам относятся:

- система и методы управления фирмой;

- уровень технологий процесса производства
- система долгосрочного планирования
- ориентация на маркетинговую концепцию
- наличие квалифицированных трудовых ресурсов
- система управления качеством на предприятии
- ассортиментная политика
- доступ к качественному сырью и оптимизация эффективности использования сырьевых ресурсов
- инновационный характер производства.[9]

Факторами повышения конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей современного рынка являются:

1) Внедрение инновационной политики предприятия, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках. Цель инновационной деятельности определяет ее направленность на создание производства новых или отсутствующих на рынке товаров и услуг.

Современная инновационная политика представляет собой совокупность научно-технических, производственных, управленческих, финансовых и других мер, направленных на производство и продвижение новой или улучшенной продукции на рынок сбыта.[7]

Инновация — это не просто нововведение, это современный технико-экономический процесс, который, благодаря использованию новых идей и изобретений, приводит к созданию лучших по своим качествам изделий, технологий, что помогает фирме занять определенную конкурентную позицию на рынке.

Основной смысл инновации – это улучшение продукции, способов ее распределения и производства. В основе инноваций лежат качественно новые идеи и технологии. Необходимо понимать, что с ростом НТП растут и видоизменяются потребности, потребитель выдвигает все более сложные требования к рынку товаров и услуг. Задача инновационной политики – это



удовлетворение этих потребностей. Для предприятия важно заранее предусматривать инновационные возможности, комплексно управлять всем инновационным циклом, что обеспечивает его конкурентоспособность и долгосрочную эффективность.

2) Наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующим требованиям международного рынка труда. Трудовые ресурсы являются одним из важнейших составляющих деятельности предприятия и важнейшим фактором повышения конкурентоспособности в глобальной экономике. Опыт зарубежных компаний говорит об усилении роли управления трудовыми ресурсами в системе факторов, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятия.[6] Руководителям предприятий в первую очередь необходимо обратить внимание на мотивацию своих сотрудников, должны быть обеспечены соответствующие условия работы, отдыха, высокий уровень заработных плат, так как люди являются наиглавнейшим фактором развития любого предприятия.

3) Система управления качеством на предприятии. Сегодня, когда потребитель может выбирать из огромного числа предлагаемых товаров и услуг, одной из важнейших детерминант существования и развития предприятия на рынке является качество предлагаемых им изделий или услуг. Если же предприятие стремится к завоеванию международного рынка, тогда его продукция должна соответствовать международным стандартам качества и должна иметь сертификат соответствия системы качества международному стандарту ISO 9001. Соответствие системы управления качеством на предприятии международному стандарту ISO 9001 предполагает изменение организационной структуры предприятия, перестроения всех этапов производственного цикла: от проектирования продукции до ее сбыта. Предприятие должно сертифицировать все производство в целом и произвести «сертификацию системы качества». Продукция предприятия должна также соответствовать общепринятому международному стандарту безопасности.

4) Непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке

продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке. Сюда можно отнести: обеспечение приоритетности продукции, изменение качества товара и его технических параметров с целью удовлетворения потребностей и конкретных запросов потребителя, определение преимуществ товара в сравнении с заменителями, определение недостатков товаров-аналогов, которые выпускают конкуренты, изучение методов конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, определение и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, новые приоритетные сферы использования продукции, дифференциацию продукции, обеспечивающую относительно стойкие преимущества потребителям, которым предоставляются определенные виды взаимозаменяемых товаров, влияние непосредственно на потребителя путем ограничения появления на рынке новых товаров, проведение рекламы, предоставление денежного или товарного кредита.[9]

Таким образом, обобщая результаты исследования, можно утверждать, что конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость.

При прочих равных условиях важнейшую роль приобретает маркетинговая составляющая конкурентоспособности предприятия. Маркетинг ориентирован на выявление наиболее значимых потребностей клиентов, учет изменений потребительских предпочтений, оценку перспективности сегментов рынка, разработку и претворение действенных стратегий по повышению конкурентоспособности.

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭЛИНА»

### 2.1 Характеристика предприятия

Объектом исследования явилось Общество с ограниченной ответственностью ООО «Элина» является коммерческим предприятием, уставный капитал которого разделен на определенное Уставом число долей участников общества. Местонахождения ООО «Элина» г. Абакан, Абакан г., Кожевнная, 28.

Общество является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе. Организационная структура ООО «Элина» является линейно-функциональной, рисунок 2.1.



Рисунок 2.1 — Организационная структура ООО «Элина»

Организационная структура предприятия ООО «Элина» является линейно-функциональной. Управление предприятием осуществляется директором путем выдачи распоряжений главному бухгалтеру, главному экономисту, начальнику производственного отдела, главному инженеру и главному механику.

Основные виды деятельности и задачи предприятия определены в Уставе:

- электромонтажные работы;
- электротехническая продукция;
- строительство, обслуживание наружных систем отопления, водоснабжения, канализации.

Виды оказываемых услуг:

- разработка и согласование проектной документации;
- электромонтажные работы любой сложности жилых и промышленных объектов;
- монтажные работы по прокладке кабельных и воздушных линий электропередач;
- монтаж и реконструкция трансформаторных подстанций любых типов;
- аварийный ремонт кабельных линий;
- пусконаладочные работы;
- проектирование и монтаж систем заземления;
- интеллектуальные системы управления «Умный дом»;
- обслуживание объектов энергохозяйства;
- оказание помощи заказчикам;
- монтаж охранно-пожарных систем сигнализации;
- установка систем видеонаблюдения;
- монтаж систем контроля доступа.

Источниками формирования имущества и финансовых результатов являются: прибыль, получаемая от реализации работ и услуг; амортизационные отчисления.

## 2.2 Анализ актива баланса

Финансовая оценка имущественного потенциала предприятия определяется на основе данных баланса и включает в себя анализ состава и структуры имущества предприятия по составу, размещению и источникам финансирования. Для целей исследования имущественного потенциала предприятия используем методы горизонтального и вертикального анализа.

Рассмотрим структуру активов и пассивов баланса ООО «Элина» за 2016 год в таблице 2.1.

Таблица 2.1 — Общий анализ структуры баланса

Актив	Сумма, тыс.руб.	%	Пассив	Сумма, тыс.руб.	%
Внеоборотные активы	26 966,0	15,0	Собственный капитал	44 702,0	24,9
Оборотные активы	152 509,0	85,0	Заемный капитал	134 773,0	75,1
Баланс	179475,0	100,0	Баланс	179 475,0	100,0

Как видно из таблицы 2.1, внеоборотные активы занимают 15 % в структуре, собственный капитал составляет 24,9 %, т.е. внеоборотные и оборотные активы покрываются на 24,9 % за счет собственного капитала на 75,1 % за счет заемного.

Это дает основания считать предприятие финансово неустойчивым, так как оборотные активы должны быть хотя бы наполовину сформированы за счет собственного капитала, что является гарантией погашения внешней задолженности.

Рассмотрим структуру и динамику имущества ООО «Элина» за 2015 - 2016 г. Анализ структуры и динамики активов ООО «Элина» за 2015-2016 гг. позволяет сделать вывод о том, что предприятие за исследуемый период снизило объем активов в абсолютном выражении на 3612 тыс. руб. или на 2 % в относительном, таблица 2.2.

Таблица 2.2 — Анализ структуры имущества ООО «Элина»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Внеоборотные активы:	36 129,0	33,4	26 966,0	29,7	-9 163,0	-25,4
Оборотные активы:	146 958,0	66,6	152 509,0	70,3	55 51,0	3,8
Итого	183 087,0	100	179475,0	100	-3 612,0	-2,0

Как видно из таблицы 2.2, основной удельный вес в структуре активов занимают оборотные средства 66,6 % в 2015 году и 70,3 % в 2016 году.

В динамике активы ООО «Элина» за 2015 - 2016 г. Имеют тенденцию снижения: общий объем активов снизился на 9 163 тыс. руб. Снижение связано с уменьшением суммы внеоборотных активов на 9 163 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 25,4 %.

Структура и динамика внеоборотных активов ООО «Элина» за 2015 -2016 приведена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 — Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Всего внеоборотных активов:	36 129,0	100,0	26 966,0	100,0	-9 163,0	0,0
Основные средства	23 477,0	65,0	24 801,0	92,0	1 324,0	27,0
Незавершенное строительство	786,0	2,2	0	0,0	-786,0	-2,2
Отложенные налоговые активы	10 362,0	28,7	921,0	3,4	-9 441,0	-25,3
Прочие внеоборотные активы	1 504,0	4,2	1 244,0	4,6	-260,0	0,5

Данные таблицы 2.3, показывают, что в структуре внеоборотных активов ООО «Элина» основной удельный вес, как на начало периода, так и на конец периода, составляют основные средства 62 % и 92 % соответственно.

В динамике внеоборотных активов ООО «Элина» отмечается тенденция увеличения основных средств на 1324 тыс. руб., при увеличении удельного веса на 27 %. Незавершенное строительство к 2016 году завершено, отложенные

налоговые активы уменьшились на 9441 тыс. руб.

Структура и динамика оборотных активов ООО «Элина» за 2015 -2016 приведена в таблице 2.4.

Таблица 2.4 — Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Всего оборотных активов:	146 958,0	100	152 509,0	100	5 551,0	3,8
Материальные запасы	5 334,0	3,6	8 978,0	5,9	3 644,0	68,3
НЗП	21 112,0	14,4	5 588,0	3,7	-15 524,0	-73,5
готовая продукция	16 705,0	11,4	8 003,0	5,2	-8 702,0	-52,1
товары отгруженные	861,0	0,6	0,0	0	-861,0	-100
краткосрочные финансовые вложения	28 892,0	19,7	0,0	0	-28 892,0	-100
Расходы будущих периодов	8 594,0	5,8	8 195,0	5,4	-399,0	-4,6
НДС	351,0	0,2	410,0	0,3	59,0	16,8
Дебиторская задолженность	64 624,0	44	121 319,0	79,5	56 695,0	87,7
Денежные средства	485,0	0,3	16,0	0	-469,0	-96,7

Как видно из таблицы 2.4, в составе оборотных активов 2016 года основной объем приходится на дебиторскую задолженность. Удельный вес дебиторской задолженности в 2015 году составил 44 %. В 2015 году абсолютное изменение объема дебиторской задолженности составило 56695 тыс. руб. в сторону увеличения, удельный вес повысился до 79,5 %, общий объем задолженности составил 121 319 тыс. руб.

При этом отмечается снижение удельного веса и абсолютного значения готовой продукции и товаров отгруженных. Общий объем оборотных активов увеличился на 5 551 тыс. руб. или 3,8 %.

Финансовое положение организации, ее ликвидность и платежеспособность непосредственно зависят от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги.

Анализ оборачиваемости оборотных средств ООО «Элина» за 2015-2016 гг. приведен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 — Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2015 г.	2016 г.
Выручка от реализации продукции	193 510,0	201 594,0
Краткосрочные текущие активы	109 472,0	144 314,0
Оборачиваемость оборотных средств	1,77	1,39
Продолжительность оборота	206	262

Приведенный в таблице 2.5, анализ оборачиваемости оборотных средств ООО «Элина», указывает на то, что к концу периода оборачиваемость снизилась. На начало периода число оборотов оборотных средств в выручке от реализации составляло 1,77 оборотов, на конец периода составило 1,39 оборотов. Продолжительность оборота увеличилась с 206,5 дней до 261,8 дней. Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности ООО «Элина» приведен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 — Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности

Показатель	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	64 624,0	121 319,0	56 695,0
в том числе:			
покупатели и заказчики	55 004,0	82 072,	27 068,0
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	193 510,0	200 1594,0	7 684,0
Доля ДЗ в выручке от реализации	33,4	60,3	26,9
Оборачиваемость ДЗ в оборотах	2,99	1,66	-1,3
Период погашения ДЗ в днях	122	220	98

Данные таблицы 2.6, по анализу оборачиваемости дебиторской задолженности, позволяют сказать, что дебиторская задолженность ООО «Элина» за исследуемый период увеличилась на 56 695 тыс. руб., данный факт, даже при увеличении объема выручки на конец периода на 27 068 тыс. руб., повлиял на увеличение доли дебиторской задолженности в выручке от реализации на 26,9 %.

Соответственно, снизилась оборачиваемость дебиторской задолженности,



и увеличился период ее погашения на 98,2 дня (с 121,9 до 220,1 дней), что негативно характеризует работу предприятия с дебиторами.

Состояние и использование оборотных средств ООО «Элина» рассмотрим в таблице 2.7.

Таблица 2.7 — Состояние и использование оборотных средств

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	152711,0	149734,0	-2977,5
в том числе:- материальных оборотных средств	68330,0	67646,0	-684,5
- средств в расчетах	55004,0	82072,0	27068,0
- денежных средств и краткосрочных финансовых вложений	29377,0	16,0	-29361,0
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,3	1,3	0,1
Длительность оборота, дн.	288,0	271,6	-16,4
Коэффициент закрепления	3,2	3,0	-0,2
Доля оборотных средств в валюте баланса, %	83,4	83,4	0,0
Материалоотдача, руб.	2,8	3,0	0,1
Материалоемкость, руб.	0,4	0,3	0,0

Приведенный в таблице 2.7, анализ состояния и использование оборотных средств ООО «Элина» за 2015-2016 гг. показывает, что средняя величина оборотных средств за исследуемый период уменьшилась на 2 977,5 тыс. руб. Уменьшение объема оборотных средств связано с уменьшением среднего объема материальных оборотных средств на 684,5 тыс. руб. и денежных средств и краткосрочных финансовых вложений на 29 361 тыс. руб. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств увеличился с 1,27 об. до 1,34 об., что уменьшило длительность оборота на 16,4 дней.

Показатель материалоотдачи показывает, что на каждый рубль, вложенный в материальные запасы, предприятие позволяет получить 2,83 руб. прибыли в 2015 году и 2,97 руб. в 2016 году, что свидетельствует об эффективности использования материальных запасов предприятия.

## 2.3 Анализ пассива баланса

Основным источником финансирования внеоборотных активов является капитал (собственный капитал и долгосрочные кредиты и займы).

Анализ состава и структуры источников финансовых ресурсов предприятия ООО «Элина» представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 — Структура обязательств ООО «Элина»

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Всего источников:	183087	100	179475	100	-3613	
в том числе:						
-собственных	24930	13,6	44702	24,9	19772	11,3
- заемных	158158	86,4	134773	75,1	-23385	-11,3
из них:					0	
- долгосрочных	106094	57,9	82511	46,0	-23583	-12,0
- краткосрочных	52064	28,4	52262	29,1	198	0,7

Как видно из таблицы 2.8, на начало периода соотношение собственных и заемных средств распределялось в пользу заемных ресурсов, удельный вес которых на начало периода составлял 86,4 % в общем объеме источников финансирования предприятия.

Структура пассивов баланса ООО «Элина» приведена на рисунке 2.2.

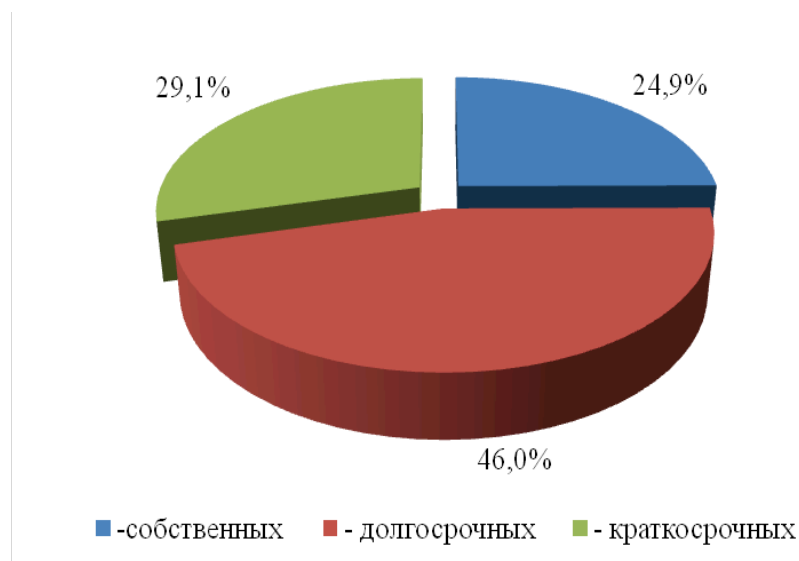


Рисунок 2.2 — Структура пассивов баланса ООО «Элина» в 2016 году

Удельный вес собственных источников составлял 13,6 %. На конец исследуемого периода изменилось соотношение источников в сторону увеличения собственных, удельный вес которых составил 24,9 % против 75,1 % заемных ресурсов. Объем долгосрочных ресурсов снизился на 23 583 тыс. руб., краткосрочные ресурсы увеличились на 198 тыс. руб.

Рассмотрим более детально структуру и динамику краткосрочного заемного капитала ООО «Элина» в таблице 2.9.

Таблица 2.9 — Структура и динамика краткосрочного заемного капитала по категориям кредиторов

Показатели	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
всего заемного капитала	52064,0	100	52262,0	100	198,0	0
Кредиты и займы	80,0	0,2	529,0	1	449,0	0,9
Кредиторская задолженность	50384,0	96,8	50133,0	95,9	-251,0	-0,8
-поставщики	27649	53,1	24168	46,2	-3481	-6,9
-работники предприятия	5599	10,8	2607	5,0	-2992	-5,8
-соцстрах	3517	6,8	7148	13,7	3631	6,9
-бюджет	9276	17,8	11612	22,2	2336	4,4
-прочие кредиторы	43,43	8,3	4568	8,8	255	0,5
Прочие обязательства	1600	3,1	1600	3,1	0	0

По данным таблицы 2.9, можно судить о том, что заемный капитал ООО «Элина» представлен главным образом кредиторской задолженностью, удельный вес которой в структуре заемного капитала предприятия составляет 96,8 % на начало периода и 95,9 % на конец исследуемого периода.

Основную долю в структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками. Ее объем в структуре кредиторской задолженности за 2015 год составлял 53,1 % в 2016 году 46,2 %. Доля задолженности перед персоналом организации в 2015 году составляла 10,8 % в 2016 году – 5 %.

Задолженность по налогам и сборам занимает 17,8 % в 2015 году и 22,2 % в 2016 году. За исследуемый период кредиторская задолженность предприятия уменьшилась на 251 тыс. руб. Уменьшение произошло главным

образом в части задолженности перед поставщиками и подрядчиками на 3 481 тыс. руб. и уменьшение задолженности перед персоналом на 2 992 тыс. руб.

Задолженность по кредитам и займам увеличилась на 449 тыс. руб. Кредиты и займы составляют 0,2 % в структуре заемного капитала на начало периода и 1 % на конец периода.

Динамика кредиторской задолженности ООО «Элина» за 2015-2016 гг. приведена на рисунке 2.3.

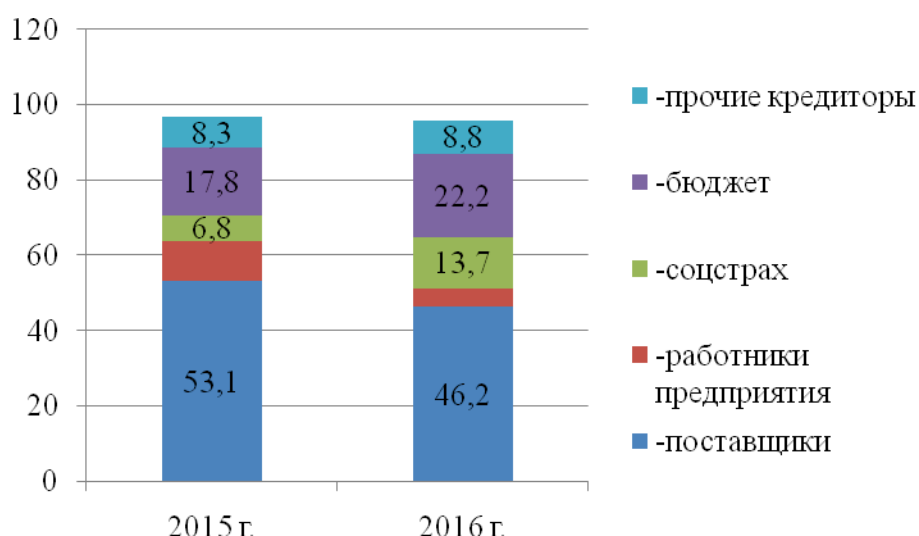


Рисунок 2.3 — Динамика кредиторской задолженности ООО «Элина» за 2015-2016 гг.

В динамике кредиторской задолженности отмечается стабильность ее объема с тенденцией уменьшения задолженности поставщикам и увеличения задолженности бюджету и внебюджетным фондам.

Таким образом, структуру имущественных ресурсов ООО «Элина» можно оценить как эффективную. Положительным моментом является снижение кредитов и займов, а так же увеличение собственного капитала на 19 772 тыс. руб., которое обусловлено объемом полученной прибыли, а так же снижение объема долгосрочных кредитов и займов, объем которых на начало периода составлял 106 094 тыс. руб., на конец периода уменьшился до 82 511 тыс. руб.

## 2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности и платежеспособности. С позиции долгосрочной перспективы оценивается финансовая устойчивость предприятия. Анализ платежеспособности необходим для предприятия с целью оценки и прогнозирования его финансовой деятельности.

В таблице 2.10 представлен агрегированный аналитический баланс ООО «Элина» за 2015-2016 гг.

Таблица 2.10 — Агрегированный аналитический баланс тыс. руб.

Статьи	2015 г.	2016 г.
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	29 377,0	16,0
дебиторская задолженность и прочие оборотные активы	64 624,0	121 319,0
Запасы и затраты	52 958,0	31 174,0
Всего текущих активов	146 958,0	152 509,0
Имобилизированные средства (внеоборотные активы)	36 129,0	26 966,0
Итого активов и имущества	183 088,0	179 475,0
Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные обязательства	51 984,0	51 733,0
Краткосрочные кредиты и займы	80,0	529,0
Всего краткосрочный заемный капитал	52 064,0	52 262,0
Долгосрочный заемный капитал	106 094,0	82 511,0
Собственный капитал	24 930,0	44 702,0
Итого пассивов	183 088,0	179 475,0

От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность предприятия. Основной признак ликвидности — формальное превышение стоимости оборотных активов над краткосрочными пассивами. И чем больше это превышение, тем более благоприятное финансовое состояние имеет предприятие с позиции ликвидности. Показатели агрегированного аналитического баланса ООО «Элина» за 2015 -2016 гг. сгруппированные по степени ликвидности представлены в таблице 2.11.

Таблица 2.11 — Оценка ликвидности баланса

Актив	2015 г	2016 г	Пассив	2015 г	2016 г
Наиболее ликвидные активы	29377,0	16,0	Наиболее срочные обязательства	50133,0	50384,0
Быстро реализуемые активы	64624,0	121329,0	Краткосрочные обязательства	80,0	529,0
Медленно реализуемые активы,	61551,0	31163,0	Долгосрочные обязательства	106345,0	82260,0
Трудно реализуемые активы	27536,0	26967,0	Постоянные пассивы	265300	46302,0
Баланс	183088,0	179475,0	Баланс	183088,0	179475,0

Из таблицы 2.11 видно, что у предприятия имеется платежный недостаток наиболее ликвидных активов на покрытие наиболее срочных обязательств, который составляет 20 756 тыс. руб. в 2015 году и 50 368 тыс. руб. в 2016 году. Быстро реализуемых активов в исследуемом периоде достаточно для покрытия краткосрочных и долгосрочных обязательств.

Платежный недостаток медленно реализуемых активов на покрытие долгосрочных обязательств составил 44794 тыс. руб. на начало периода и 51097 тыс. руб. на конец периода.

Постоянные пассивы по условиям выполнения неравенства платежеспособности должны превышать труднореализуемые активы. В данном случае это условие не выполняется на начало периода, платежный недостаток составляет 1 006 тыс. руб. в 2015 году. На конец периода платежный излишек составил 19 335 тыс. руб.

Из этого делаем вывод: предприятие не является абсолютно ликвидным, так как объем наиболее срочных обязательств, превышает наиболее ликвидные активы, имеющиеся в распоряжении предприятия, а долгосрочные обязательства превышают медленно реализуемые активы.

Для качественной оценки платежеспособности и ликвидности предприятия, кроме анализа ликвидности баланса, необходим расчет коэффициентов ликвидности. (Таблица 2.12)

Таблица 2.12 — Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2015 г	2016 г	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,59	0,0003	>0,05
Коэффициент критической ликвидности	1,87	2,38	$\geq 1,0$
Коэффициент текущей ликвидности	3,1	3	$\geq 1,5$

Исходя из коэффициентного анализа ликвидности, который представлен в таблице 2.12, возможности ООО «Элина» на конец отчетного периода следующие:

Коэффициент абсолютной ликвидности ООО «Элина» имеет значение, значительно превышающее нормативное в 2015 году 59 % краткосрочных обязательств могут быть покрыты наиболее ликвидными активами, главным образом, краткосрочными финансовыми вложениями. В 2016 году предприятие не располагает даже 1 % ликвидных активов для покрытия краткосрочных и наиболее срочных обязательств.

Коэффициент критической ликвидности указывает на то, что у предприятия достаточно средств для покрытия краткосрочной кредиторской задолженности и отмечается тенденция улучшения к концу периода.

Коэффициент текущей ликвидности указывает на увеличение ликвидных средств, для покрытия наиболее срочных обязательств к концу исследуемого периода и указывает на то, что мобилизация всех активов предприятия позволяет втроекратно перекрыть краткосрочную задолженность предприятия.

Рассматривая показатели ликвидности, следует иметь в виду, что их величина является довольно условной, так как ликвидность активов и срочность обязательств по бухгалтерскому балансу весьма приблизительны. Так, ликвидность запасов зависит от их качества (оборачиваемости, доли дефицитных, залежалых материалов и готовой продукции). Ликвидность дебиторской задолженности также зависит от скорости ее оборачиваемости, доли просроченных платежей и нереальных для взыскания. Поэтому радикальное повышение точности оценки ликвидности достигается в ходе внутреннего анализа на основе данных аналитического бухгалтерского учета.

## 2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Эффективность производства — это реализация программы производства при минимальных производственных затратах и запланированном уровне качества. Это статическая, внутренняя эффективность или, как ее часто называют, экономичность.

Наряду с общей эффективностью функционирования системы рассматривается также частная эффективность ее отдельных элементов и факторов, воздействующих на нее. Мерой частной эффективности является ее вклад в общую эффективность.

Показатели финансовых результатов деятельности предприятия приведены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 — Анализ финансовых результатов

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	193510,0	201594,0	7684	4,0
Себестоимость проданных товаров	172491,0	139932,0	-32859	-19,0
Валовая прибыль	21019,0	61562,0	40543	192,9
Коммерческие расходы	18789,0	10837,0	-7952	-42,3
Прибыль (убыток) от продаж	2230,0	50725,0	48495	2174,7
Проценты к уплате	9984,0	8567,0	-1417	-14,2
Прочие расходы	124971,0	64815,0	-60156	-48,1
Прочие доходы	86382,0	52879,0	-33503	-38,8
Прибыль (убыток) до налогообложения	-46343,0	30222,0	76565	-165,2
Отложенные налоговые активы	9695,0	9441,0	-254	-2,6
Отложенные налоговые обязательства	72,0	2765,0	2693	3740,3
Налог на прибыль	153,0	3774,0	3621	2366,7
Чистая нераспределенная прибыль убыток	-36873,0	19772,0	56645	153,6

Данные таблицы 2.13, свидетельствуют о том, что прирост объема выручки от продажи в 2016 году сопровождался более интенсивным ростом суммы конечного финансового результата. Значит, возросшие масштабы хозяйственной деятельности привели к соответствующей финансовой отдаче.



Общий финансовый результат организации, за весь исследуемый период был в основном сформирован из прибыли от основного вида деятельности, то есть прибыли от продажи товаров, сумма которой за год возросла на 7684 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом.

В качестве причин, способствовавших росту финансового результата от основного вида деятельности, следует отметить увеличение объемов продаж. Уровень валовой прибыли возрос на 192,9 %, в результате чего был достигнут прирост прибыли от продажи в 2,4 раза.

Таким образом, результаты хозяйственной деятельности предприятия свидетельствуют о повышении объемов продаж в отчетном году.

Финансовое положение организации, ее ликвидность и платежеспособность непосредственно зависят от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги. Деловая активность предприятия измеряется с помощью системы количественных и качественных критериев.

Анализ показателей деловой активности включает расчет критериев экономической эффективности деятельности предприятия, исчисленные по выручке от реализации, таблица 2.14.

Таблица 2.14 — Показатели деловой активности

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Коэффициент деловой активности	1,9	1,9	0,0
Фондоотдача основных средств	0,10	0,08	-0,03
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,40	2,28	-0,1
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	14,14	7,79	-6,35
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	2,2	2,6	0,4

На основании данных таблицы 2.14, сопоставив валюту баланса и выручку, можно сделать вывод об эффективности привлеченного капитала предприятия.

Как показал анализ деловой активности ООО «Элина» за 2015-2016 гг., приведенный в таблице 2.14, эффективность деятельности предприятия

остается на одном уровне. Коэффициент деловой активности на начало и на конец периода составлял 1,9 то есть на 1 размещенный в активах рубль, приходится 1,9 рубль прибыли.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился с 2,4 до 2,28 что свидетельствует о снижении интенсивности расширения хозяйственной деятельности.

Оборачиваемость собственного капитала снизилась почти в два раза с 14,14 до 7,79 оборотов. Выработка правильной финансовой стратегии поможет предприятию повысить эффективность своей деятельности.

Чтобы охарактеризовать окончательные результаты хозяйственной деятельности ООО «Элина» произведем расчет показателей рентабельности, то есть, сопоставим сумму полученной прибыли с затраченными и наличными ресурсами, таблица 2.15.

Таблица 2.15 — Анализ рентабельности ООО «Элина» процент, %

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	3,26	12,09	8,83
Рентабельность конечных результатов	-1,2	7,5	8,67
Рентабельность активов	-2,2	12,5	14,71
Рентабельность основных средств	-11,1	83,4	94,45
Рентабельность оборотных средств	-2,7	14,7	17,47
Рентабельность собственного капитала	-16,0	50,3	66,34
Рентабельность заемного капитала	-2,5	16,7	19,21

Как видно из таблицы 2.15, показатели рентабельности за исследуемый период указывают на повышении эффективности использования всех ресурсов предприятия. Рентабельность продаж возросла на 8,83 %. Причиной роста явилось снижение себестоимости продаж при увеличении объема выручки.

Увеличение показателя наблюдается по основным средствам: в 2015 году на 1,0 рубль основных средств, приходилось 11,1 рубля убытка, то в 2016 году данный показатель составляет соотношение 1,0 рубль основных средств к 83,4 рубля чистой прибыли.

По оборотным средствам рентабельность увеличилась на 17,47

процентных пункта. На 1 рубль оборотных средств в 2015 г. приходилось 2,7 рубля убытка, а в 2016 г. 14,7 руб. прибыли.

Для заключительной оценки деятельности предприятия произведем анализ финансовой устойчивости для того, чтобы определить финансовые возможности организации на длительные перспективы, которые зависят от структуры ее капитала; степени взаимодействия с кредиторами и инвесторами; условий, на которых привлечены и обслуживаются внешние источники финансирования.

Устойчивость финансового состояния предприятия оценивается системой абсолютных и относительных показателей на основе соотношения заемных и собственных средств по отдельным статьям актива и пассива баланса.

Проведем коэффициентный анализ финансовой устойчивости для оценки независимости предприятия от внешних кредиторов, определения уровня обеспеченности материальных активов собственным капиталом.

Для оценки общей финансовой устойчивости ООО «Элина» используем следующие показатели: коэффициент автономии, коэффициент концентрации заемного капитала, коэффициент соотношения собственных и заемных средств. Расчет коэффициентов приведен в таблице 2.16.

Таблица 2.16 — Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	Норматив значение	2015 г.	2016 г.	Отклонения
Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,14	0,15	0,01
Коэффициент концентрации заемного капитала		6,3	3,0	-3,33
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	$\geq 0,6-0,8$	-0,25	0,79	1,04
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	$> 0,1$	-0,08	0,12	0,19
Коэффициент маневренности	$> 0,5$	-0,07	0,13	0,20

Как показывают данные таблицы 2.16, коэффициент автономии показывает долю собственных средств в общей сумме всех средств, вложенных в имущество предприятия. Финансовое положение предприятия нельзя считать

устойчивым, так как значение коэффициента не менее 0,5.

Заемный капитал ООО «Элина» на начало исследуемого периода превышает собственный капитал в 6,3 раза, на конец периода в 3, то есть отмечается увеличение собственных средств при снижении заемных.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками показывает, что уровень обеспеченности материальных активов собственным капиталом недостаточен на начало периода - данный показатель имеет отрицательное значение, на конец периода предприятие обеспечивает запасы и затраты, собственными и приравненными к ним источникам финансирования в пределах нормативного показателя.

Оборотные средства также не обеспечены за счет использования приравненных к собственным источникам финансирования на начало периода и обеспечены на конец.

Важной характеристикой устойчивости финансового состояния является коэффициент маневренности. Значение этого показателя ниже нормативного, но имеет тенденцию улучшения. Это означает, что собственный капитал предприятия не покрывается собственными оборотными средствами, то есть не находится в мобильной форме.

Таким образом, относительные показатели автономии, соотношения заемного и собственного капиталов, концентрации заемного капитала позволяют судить о низком уровне финансовой устойчивости.

На основе рассчитанных показателей можно сделать вывод, что финансовая ситуация, сложившаяся на ООО «Элина» нуждается в улучшении, предприятие не имеет достаточное количество собственных средств, хотя основные показатели деятельности общества за исследуемый период имеют положительную динамику: произошло значительное снижение дебиторской задолженности, долгосрочных обязательств, общей величины заемных средств.

## 2.6 Управленческий анализ

Обеспечение эффективного функционирования предприятия, требует экономически грамотного управления деятельностью, которое во многом определяется умением ее анализировать.

Показатели выполнения плана ООО «Элина» за 2015 - 2016 гг. свидетельствует о том, что предприятие за исследуемый период выполняло и перевыполняло план, таблица 2.17.

Таблица 2.17 — Основные показатели выполнения плана тыс.руб.

Показатель	2015 г.			2016 г.		
	План	Факт	Откл.	План	Факт	Откл.
Монтажные работы	26 916	27 316	+400	18 000	18 277	+277
Ремонт и обслуживание	20 600	20 900	+300	18 097	20 061	+1964
Строительство, наружных систем отопления, водоснабжения, канализации	20 100	20 100	-	20 253	20 253	-
Итого	67 616	68 316	+700	56 350	58 591	+2241

По данным таблицы 2.17, можно сказать, что в 2016 году, план монтажных работ перевыполнен на 277,0 тыс. руб., план ремонта и обслуживания на 1 964,0 тыс. руб. Объемы выполненных работ за весь исследуемый период превышают запланированные, что связано с получением внеплановых заказов в течение года. Так в 2016 году превышение фактически выполненных работ по сравнению с планом составило 2241,0 тыс. руб.

Состав и структура кадров ООО «Элина» по категориям работающих представлены в таблице 2.18.

Таблица 2.18 — Состав и структура кадров по категориям работающих

Наименование	2015 г.	2016 г.
Руководители	9	9
Служащие	41	43
Рабочие	152	151
Итого	202	203

Из вышеприведенной таблицы 2.18, следует неизменность состава и структуры кадров. Общая численность изменилась в сторону увеличения на конец периода на 2 человека. Анализ движения рабочей силы ООО «Элина» представлен в таблице 2.19.

Таблица 2.19 — Анализ движения рабочей силы ООО «Элина»

Показатели	2015 г.	2016 г.	Отклонения	
			абс.	отн.
Среднесписочная численность работников, чел.	202	203	1	0,5
Принято работников, чел.	4	5	1	25,0
Выбыло работников, чел.	3	4	1	33,3
в том числе:			0	
-по собственному желанию	3	3	0	0,
-за нарушение трудовой дисциплины	0	1	1	0
Коэффициент оборота по приему	2,0	2,5	0,5	24,4
Коэффициент оборота по выбытию	1,5	2,0	0,5	32,7
Коэффициент текучести кадров	0,75	0,8	0,05	6,7

Как видно из таблицы 2.19, среднесписочная численность персонала ООО «Элина» изменилась на 1 чел. в абсолютном отношении и на 0,7 % в относительном. Коэффициент оборота по приему, и коэффициент оборота по выбытию составляют 25 % и 33 % соответственно. Коэффициент текучести кадров составил 0,75 % в 2015 году и 0,8 % в 2016 году. Анализ структуры и состава оплаты труда ООО «Элина» приведен в таблице 2.20.

Таблица 2.20 — Анализ состава и структуры заработной платы работников

Наименование	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Фонд заработной платы, всего	71 682,0	100	73616,0	100	1934,0	102,7
В том числе:					0	
выплаты по окладам и сдельным расценкам	28816,0	40,2	30330,0	41,2	1514	105,3
премии и вознаграждения	8960,0	12,5	8024,0	10,9	-936	89,6
выплаты компенсирующего характера	2079	2,9	2577	3,5	498	123,9
выплаты по районным коэффициентам и % надбавкам	21863	30,5	22379	30,4	516	102,4
выплаты за неотработанное время	9964	13,9	10306	14	342	103,4

Как видно из таблицы 2.20, фонд заработной платы за исследуемый период увеличился, что в абсолютном значении составило 1934 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре заработной платы работников ООО «Элина» 2015-2016 гг. занимают выплаты по окладам и сдельным расценкам – 40,2 % в 2015 г, 41,2 % в 2016 г.; далее — выплаты по районным коэффициентам – 30,5 % в 2015 г., 30,4 % в 2016 г.

Выплаты за неотработанное время составляют 14 % в общей структуре заработной платы. Выплаты по районным коэффициентам составляют 30,4 %. Удельный вес премий и вознаграждений составляет 10,9 %. Наименьший удельный вес приходится на выплаты компенсирующего характера 3,5 %.

Анализ показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Элина» представлены в таблице 2.21.

Таблица 2.21 — Анализ показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Элина»

Показатели	2015 г.	2016 г.	Изменения	
			Абсолют.	%
Выручка от продаж	193510	201594	7684	3,97
Численность всего, в т.ч.	277	279	2	0,7
Фонд заработной платы	71682	73616	1933,9	2,7
Чистая прибыль	-36873	19772	56645	153,6
Коэффициент эффективности использования рабочей силы, тыс. руб./чел	-182,5	97,4	279,9	-153,4
Уровень расходов на оплату труда, %	37,0	36,6	-0,45	-1,2
Производительность труда, тыс.руб./чел.,	957,97	991,10	33,1	3,5
в том числе: административно-управленческого персонала	3870,2	3869,1	-1,1	0,0
основного производственного персонала	1273,09	1332,41	59,3	4,7
Зарплатоотдача (на 1 руб. фонда заработной платы)	2,70	2,73	0,03	1,2
коэффициент эффективности использования заработной платы)	-0,51	0,27	0,8	-152,2
Показатель зарплатоемкости	0,37	0,37	0,0	-1,2
Фонд заработной платы на 1 среднесписочного работника, тыс.руб./чел.	354,86	362,64	9,05	119,9

Как показывает проведенный в таблице 2.21, анализ показателей эффективности использования труда и заработной платы ООО «Элина», в 2015

г. по сравнению с 2016 г. наблюдается повышение производительности труда. Это свидетельствует о повышении эффективности труда и заработной платы ООО «Элина» на конец периода. Коэффициент эффективности использования рабочей силы увеличился на 95 тыс. руб./чел. Коэффициент эффективности использования заработной платы увеличился на 0,8 %.

Производительность труда повысилась на 3,5 %, при этом уровень расходов на оплату труда в выручке от продажи продукции понизился на 1,2 что свидетельствует о снижении эффективности использования труда и заработной платы, обусловленной опережением роста фонда оплаты труда.

Показатель зарплатоемкости показывает, что фонд заработной платы составляет в выручке предприятия 37 % в 2015 и в 2016 году.

Проанализируем состав и динамику затрат ООО «Элина» по элементам в таблице 2.22.

Таблица 2.22 — Структура и динамика затрат ООО «Элина»

Показатель	2015 г.		2016 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%	Сумма, тыс.руб.	%
Материальные затраты	278062	69,3	135685	68,0	-142377	-51,2
Затраты на оплату труда	92228	23,0	40316	20,2	-51912	-56,3
Отчисление в фонд на соц. страхование	2445	0,6	8874	4,4	6429	262,9
Амортизация ОС	8958	2,2	5318	2,7	-3640	-40,6
Прочие затраты	19825	4,9	9474	4,7	-10351	-52,2
Полная себестоимость	401518	100	199667	100	-201851	-50,3

Как видно из таблицы 2.22, за исследуемый период произошло уменьшение затрат на 201851 тыс. руб. Наибольшее снижение отмечается по затратам на материалы 142377 тыс. руб. и на оплату труда 51912 тыс. руб. (темп прироста 56,3 %). Соответственно в структуре затрат произошло перераспределение удельного веса в сторону уменьшения затрат на материалы и оплату труда и увеличение удельного веса прочих затрат.



## **2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия**

На основе проведенного исследования деятельности ООО «Элина», можно сформулировать заключение, характеризующее основные экономические показатели деятельности предприятия.

Рассматривая показатели, характеризующие финансовые результаты, необходимо отметить, что привлеченный ООО «Элина» капитал, вовлеченный в хозяйственный оборот в 2016 году, использовался результативно.

Положительным моментом можно считать снижение продолжительности оборотов по основным показателям, что указывает на повышение деловой

Структуру имущественных ресурсов ООО «Элина» нельзя оценить как эффективную. Отрицательным моментом является значительный рост дебиторской задолженности. Положительным моментом является увеличение собственного капитала на 19772 тыс. руб., которое обусловлено объемом полученной прибыли, а так же снижение объема долгосрочных кредитов и займов, объем которых на начало периода составлял 106094 тыс. руб., на конец периода уменьшился до 82511 тыс. руб.

Соотношение собственных и заемных средств распределялось в пользу заемных ресурсов, удельный вес которых на начало периода составлял 86,4 % в общем объеме источников финансирования предприятия. Удельный вес собственных источников составлял 13,6 %. На конец исследуемого периода изменилось соотношение источников в сторону увеличения собственных, удельный вес которых составил 24,9 % против 75,1 % заемных ресурсов. Результаты хозяйственной деятельности предприятия свидетельствуют о повышении объемов продаж в отчетном году.

Предприятие является рентабельным, так как результаты от реализации покрывают издержки обращения и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Рентабельность продаж возросла на 8,83 %. Причиной роста явилось снижение себестоимости продаж при увеличении объема выручки.

Уровень валовой прибыли возрос на 192,9 %, в результате чего был достигнут прирост прибыли от продажи в 2,4 раза.

Как показал анализ деловой активности ООО «Элина» за 2015-2016 гг., эффективность деятельности предприятия остается на одном уровне. Коэффициент деловой активности на начало и на конец периода составлял 1,9 то есть на 1 размещенный в активах рубль, приходится 1,9 рубль прибыли.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился с 2,4 до 2,28 что свидетельствует о снижении интенсивности расширения хозяйственной деятельности.

Оборачиваемость собственного капитала снизилась почти в два раза с 14,14 до 7,79 оборотов. Выработка правильной финансовой стратегии поможет предприятию повысить эффективность своей деятельности.

Финансовое состояние организации нельзя признать абсолютно устойчивым, так как при неблагоприятных изменениях внешней среды оно не сможет сохранить способность нормального функционирования, своевременно и полностью выполнять свои обязательства по расчетам с персоналом, поставщиками, банками, по платежам в бюджет и внебюджетные фонды и при этом выполнять свои текущие планы и стратегические программы.

С помощью анализа финансового состояния ООО «Элина» изучена тенденция развития, исследованы факторы изменения результатов деятельности. Достичь конкурентных преимуществ и укрепить свои позиции предприятие может за счет: обеспечения более низких издержек на производство и сбыт товара; обеспечения незаменимости продукта с помощью дифференциации. Дифференциация означает способность фирмы предложить покупателю товар, обладающий большей ценностью, т.е. большей потребительной стоимостью. Успех в конкурентной борьбе зависит не столько от производства, сколько от управления, его качества и эффективности в широком смысле. Компании, которые исповедуют концепцию интегрированного маркетинга, ориентированного на предвосхищение нужд и запросов потребителей, выигрывают в конкурентной борьбе.

## 2.8 Вопросы экологии

В современных условиях значительно возросло действие деятельности человека на природную среду. Поэтому проблема окружающей среды на сегодняшний день очень актуальна.

Федеральный закон № 7-ФЗ от 10.01.2002 (ред. от 24.11.2015) определяет правовые основы государственной политики в области охраны окружающей среды, обеспечивающие сбалансированное решение социально - экономических задач, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Охрана окружающей среды - деятельность органов государственной власти Российской Федерации и органов местного самоуправления, общественных и иных некоммерческих объединений, юридических и физических лиц, направленная на сохранение и восстановление природной среды, рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов, предотвращение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и ликвидацию ее последствий.

Основные требования к санитарно-гигиенической оценке производства и применения дорожно-строительных материалов даны в Руководстве Р 2.2.755-99 Федерального центра госсанэпиднадзора России «Гигиенические критерии оценки и классификация условий труда по показателям вредности и опасности факторов производственной среды, тяжести и напряженности трудового процесса».

В области производства и применения дорожно-строительных материалов санитарно-гигиеническая оценка должна проводиться руководством предприятий в целях:

- контроля условий труда работника (работников) на соответствие действующим санитарным правилам и нормам, гигиеническим нормативам;

- установления приоритетности в проведении оздоровительных мероприятий и оценки их эффективности;
- аттестации рабочих мест по условиям труда и сертификации работ по охране труда в организации;
- сопоставления состояния здоровья работника с условиями его труда (при проведении периодических медицинских осмотров, составлении санитарно-гигиенической характеристики производства);
- расследования случаев профессиональных заболеваний и отравлений.

Уровни шума, создаваемого предприятиями ТДК, должны соответствовать требованиям, регламентируемым «Санитарными нормами проектирования промышленных предприятий» (СН 245- 71) и «Санитарными правилами организации технологических процессов и гигиеническими требованиями к производственному оборудованию».

ООО «Элина» соблюдает требования законодательства в области охраны окружающей среды, в соответствии с графиком проводит санитарно-гигиенические экспертизы и проверки, а так же осуществляет утилизацию отходов в соответствии с требованиями СанПиН 2.1.7.728-99.

Работа в условиях превышения гигиенических нормативов является нарушением законов Российской Федерации: «Основ законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», «Об основах охраны труда в Российской Федерации» и основанием для использования органами государственного санитарно-эпидемиологического надзора и другими контролирующими организациями предоставленных им законом прав для применения санкций за вредные и опасные условия труда.

Каждый работник ООО «Элина» получает полную информацию об условиях труда, степени их вредности, возможных неблагоприятных последствиях для здоровья, необходимых средствах индивидуальной защиты, режимах труда и отдыха, медико-профилактических мероприятиях, мерах по сокращению времени контакта с вредным фактором.

## ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ЭЛИНА»

### 3.1 Обоснование мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Для того чтобы тщательным образом проанализировать внутреннюю среду предприятия, используем метод SNW-анализа, который сводится к заполнению таблицы 3.1.

Таблица 3.1 — SNW анализ ООО «Элина»

№ п/п	Значимые параметры в деятельности	Сильная сторона	Нейтральная сторона	Слабая сторона
1	Обучение персонала	X		
2	Мотивация и стимулирование персонала			X
3	Текучесть кадров			X
4	Квалификация персонала	X		
5	Организация планирования	X		
6	Уровень технической оснащенности	X		
7	Информационное обеспечение		X	
8	Качество оказываемых услуг	X		
9	Организация маркетинга на предприятии		X	
10	Ассортимент услуг	X		
11	Имидж (деловая репутация) предприятия	X		
12	Финансовая устойчивость предприятия	X		
13	Ценовая политика	X		
14	Объемы продаж	X		
15	Зависимость от поставщиков		X	
16	Ориентация на потребителя	X		
17	Доверие к торговой марке		X	
18	Стратегия развития предприятия		X	

Слабыми сторонами является текучесть кадров из-за недостаточной мотивации и стимулирования персонала.

Сильными сторонами являются:

- обучение и квалификация персонала;
- уровень технической оснащенности (сотрудники пользуются современным оборудованием, интернетом);
- организация планирования — осуществляется квалифицированными сотрудниками;
- качество и ассортимент оказываемых услуг — ассортимент довольно широк и может удовлетворить потребности любого клиента, при этом качество услуги будет высоким.
- имидж (деловая репутация) предприятия, качество торговой марки,
- репутация на рынке — благодаря высокому качеству оказания услуг и быстрому обслуживанию очень высока репутация на рынке;
- финансовая устойчивость предприятия — компания имеет постоянных клиентов, которые на протяжении многих лет обеспечивают высокий спрос на услуги фирмы
- ценовая политика — достаточно гибкая ценовая политика, разнообразие цен, постоянным клиентам предоставляются скидки;
- объемы продаж — высокие, из-за постоянного спроса;
- ориентация на потребителя — компания тщательно следит за изменениями потребностей посетителей.

Нейтральные стороны:

- информационное обеспечение — информация о сотрудниках и клиентах занесена в базу данных, но она редко обновляется;
- организация маркетинга на предприятии и стратегия развития предприятия;
- зависимость от поставщиков — работа поставщиков напрямую не влияет на качество оказываемых услуг.

Сформируем на основе проведенного выше анализа сильные стороны и внешние угрозы предприятия в таблице 3.2.

Таблица 3.2 — Потенциальные внешние возможности и угрозы предприятию

Внешние угрозы предприятию	Внешние возможности предприятия
1. Растущее конкурентное давление 2. Мировой экономический кризис 3. Возможность появления новых конкурентов 5. Сокращение цепочки «производитель - покупатель» (как следствие, прекращение деятельности) 6. Сезонные колебания	1. Обслуживание дополнительных групп потребителей (корпоративные клиенты) 2. Выход на новый рынок, расширение сферы деятельности 3. Совершенствование качества и повышение скорости обслуживания клиентов 4. Возможность комплексного обслуживания клиентов

При разработке стратегии следует помнить, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность. Так, не используемая возможность может стать угрозой, если её использует конкурент.

Далее выделим выявленные внутренние слабые стороны и внешние угрозы предприятия в таблице 3.3.

Таблица 3.3 — Анализ конкурентной среды

Внутренние, слабые стороны предприятия.	Внутренние, сильные стороны предприятия.
1. Отсутствие четкой стратегии 2. Низкая роль маркетинга 3. Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия 4. Неэффективная и немногочисленная реклама 5. Отсутствие у многих кадров высшего образования по специальности	1. Высокое качество оказываемых услуг 2. Достаточно высокий уровень квалификации сотрудников 3. Надежные поставщики услуг (многолетние стабильные отношения с партнерами) 4. Хорошая репутация у покупателей 5. Многолетнее пребывание на рынке (7 лет)

На основе полученных данных составим матрицу SWOT-анализа в Приложении В.

Анализ данных таблицы показывает, что ООО «Элина» в полной мере может воспользоваться своими сильными сторонами и выйти на дальние рынки. Следовательно, стратегия развития компании должна быть направлена на модернизацию стратегических приоритетов развития стратегии сбыта и

маркетинга. Данная стратегия позволит компании упрочить свое положение.

Подводя итоги исследования предприятия можно охарактеризовать ООО «Элина» как достаточно устойчивое и развивающееся предприятие на рынке электромонтажных работ и услуг г. Абакана.

Но, в тоже время, на предприятии наблюдаются следующие проблемы:

Недостаточно высокая производительность деятельности.

Нет четкой маркетинговой стратегии развития предприятия.

Таким образом, предприятию требуется совершенствование своей деятельности, направленное на устранение всех выявленных проблем.

Для фирмы характерна оптимальная кадровая политика. Каждый ее сотрудник имеет образование и опыт в полном соответствии с его специализацией и объектом деятельности.

ООО «Элина» обеспечивает снижение себестоимости продукции (работ, услуг) за счет использования эффекта масштаба, который заключается в том, что с увеличением объема реализации увеличиваются лишь переменные издержки, постоянные при этом не меняются, в связи с чем, рост объема продаж опережает рост общих издержек. В результате уменьшается себестоимость услуг и работ.

По причине того, что рынок является привлекательным, существует возможность появления новых фирм – конкурентов. В структуре ООО «Элина» нет маркетингового отдела, поэтому затруднен процесс нахождения потенциальных клиентов, выделения услуг и работ, пользующиеся наибольшим спросом.

Обобщая информацию SWOT-анализа ООО «Элина», можно сделать вывод, что действующая стратегия предприятия позволила ей достичь успеха на рынке. Фирма имеет значительные возможности для дальнейшего развития. С целью элиминирования слабых сторон фирма должна внести некоторые коррективы в свою работу, в стратегию развития.

Приоритетом в работе ООО «Элина» является то, что ее руководство ставит перед собой только четко спланированные цели и придерживается



принципа: хорошо знать технологию, поставщиков и клиентов. Поэтому работа по производству и реализации работ и услуг ведется в направлении, гарантирующем ООО «Элина» преимущества и лидерство.

Проанализируем также конкурентную среду.

Конкурентная среда — это совокупность экономических и социальных условий, в которых производится и реализуется конкретная продукция. Она способствует эффективной деятельности конкурентоспособных предприятий в каждый конкретный момент развития рынка. Конкурентная среда имеет достаточно сложную структуру, представляющую собой совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих рыночных элементов. Главными из них являются количество и характер конкурирующих между собой товаропроизводителей, сложившиеся условия конкуренции, особенности рыночной инфраструктуры, платежеспособность населения.

Методы конкуренции на рынке г. Абакана по исследуемому ассортименту, как правило, честные и в основном представлены рекламой и системой дополнительных (сопутствующих) услуг клиентам.

Финансовое состояние конкурентов устойчивое, что связано с тем, что исследуемые услуги находятся в фазе насыщения и поэтому спрос на них постоянный, растущий.

Основными конкурентами исследуемого предприятия являются: ООО «» и ООО «Энергострой».

В целом, ООО «Элина» является конкурентоспособным предприятием. Клиенты компании отмечают постоянно растущее качество услуг, и уровень сервиса. Рассчитаем конкурентоспособность оказываемых услуг ООО «Элина» в сравнении с конкурентами по ряду параметров (Приложение Г), в скобках указано количество баллов, присвоенное компании.

Анализируя данные, приведенные в Приложении Г, можно сделать вывод о том, что лидирующие позиции на рынке электромонтажных работ и услуг г. Абакана занимает ООО «Энергострой» (15,5 баллов).

На втором месте находится ООО «Элина» (11 баллов), а на третьем месте

ООО «Энергопроектсервис» (9 баллов).

Тем не менее, рассматривая результаты анализа конкурентоспособности, можно сделать вывод, что предприятия не прилагают должных усилий по развитию своей деятельности и повышению конкурентоспособности. Так, такой важный фактор конкурентоспособности, как цена практически не регулируется никакими системами скидок, отсутствует гибкий ценовой подход к клиенту.

Продвижение продукции на рынок также осуществляется без использования рекламы и специальных способов продвижения.

В целом, по итогам оценки конкурентоспособности компаний, можно сделать вывод о том, что фирмами не полностью используются возможности по повышению конкурентоспособности своей продукции. Это происходит в силу разных причин. Так, у ООО «Энергопроектсервис» наблюдается недостаток оборотных активов, а у ООО «Элина» и ООО «Энергострой» - неэффективная маркетинговая политика.

Большинство производителей стараются выделить свой товар из ряда аналогичных. Для этого они «маркируют» изделие торговой маркой, то есть собственным именем, эмблемой или дизайном, или чаще их сочетанием, являющимся отличительным знаком поставщика. Задача компании добиться не только высокой степени осведомленности потребителей о торговой марке, но и добиться того, чтобы покупатели отдавали предпочтение в ряду конкурирующих марок именно ее марке.

Разрабатываемая стратегия должна быть направлена на максимальное использование предоставляемых возможностей и максимально возможную защиту от угроз. Учитывая вышеизложенное можно определить, что ООО «Элина» имеет устойчивую, но не лидирующую позицию. Направлением повышения конкурентоспособности предприятия может быть определено расширение перечня услуг в рамках основной деятельности, что позволит достичь более устойчивого финансового положения, приобрести дополнительные конкурентные преимущества и завоевать большие доли рынка.

### 3.2 Расчет затрат на проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности

Для повышения конкурентоспособности ООО «Элина» увеличения размеров получения прибыли предлагаем разработку проекта по организации участка по ремонту электрооборудования.

Определим величину затрат на открытие участка в таблице 3.4.

Таблица 3.4 — Перечень необходимого оборудования

Наименование	Количество, шт.	Стоимость, руб.
1. Компрессор	1	22175
2. Набор гаечных ключей	2	1764
3. Стеллажная тележка	1	5118
4. Домкрат	2	7000
5. Верстак с тисками	1	1850
6. Набор слесарный	2	5060
7. Станок токарный	1	341750
8. Кран-балка	1	32280
9. Шлифовальный станок	1	282350
10. Стенд обкатки двигателей	1	51585
11. Стенд топливной аппаратуры	1	72000
12. Стенд сварочный	1	15600
Итого стоимость оборудования:		837562

Затраты на основные материалы составят 60000 руб. в год, для приобретения ремонтного фонда (ремкомплектов), а затраты на вспомогательные материалы (спецодежда, перчатки, инвентарь), которые отражены в таблице 3.5, составят 22896 руб. в год.

Таблица 3.5 — Расчет затрат на вспомогательные материалы

Наименование	Кол-во, шт./месяц	Цена, ед.	Затраты на материалы, руб.	
			в месяц	в год
Спецодежда	3	300	900	10800
Перчатки	24	12	288	3456
Инвентарь	6	120	720	8640
Итого затрат	-	-	1908	22896

Рассмотрим потребность в электроэнергии для производства работ в таблице 3.5, Дневная потребность составит 8 часов, так как данный процесс работ требует постоянного дополнительного освещения. Потребляемая мощность станками: компрессор – 5кВт; станок токарный – 11кВт; кран – балка – 10кВт; шлифовальный станок – 10кВт; стенд обкатки двигателей – 7кВт; стенд топливной аппаратуры 4,5кВт; стенд сварочный – 10,5кВт. Также учтем затраты на электроэнергию, потребляемую лампами дневного света – 2кВт и получим 5кВ+11 кВт +10 кВт +10 кВт +7 кВт +4,5 кВт +10,5 кВт +2 кВт =60кВт\*час.

Проведем расчет: дневная потребность  $8 \cdot 60 \text{ кВт} = 480 \text{ кВт} \cdot \text{час}$ .

Годовая потребность  $251 \text{ день} \cdot 480 \text{ кВт} \cdot \text{час} = 120480 \text{ кВт} \cdot \text{час}$  (100 %)

Стоимость 1 кВт электроэнергии на 2016 год для производства составила 11,45 руб. Инфляция составляет 7 %.

Таблица 3.6 — Затраты на электроэнергию

Год	Потребность эл/энергии, кВт*час	Стоимость 1кВт*час, руб.	Общая стоимость, руб.
2016	72288	11,45	104817,6
2017	84336	11,55	130720,8
2018	96384	11,65	159033,6
2019	108432	11,76	190840,3
2020	120480	11,88	226502,4

Штатное расписание представлено в таблице 3.5. Годовая заработная плата на одного рабочего: мастер - 256800 руб., слесарь по ремонту техники - 198600 руб., диспетчер – 114000 руб. Для работы ремонтного участка необходимо 4 человека.

Таблица 3.7 — Штатное расписание

Должность	Кол-во, чел	Месячная заработная плата на 1 работника, руб.
Мастер	1	21400
Слесарь по ремонту электрооборудования	2	16550
Диспетчер	1	9500

Фонд оплаты труда составит  $1 * 256800 + 2 * 198600 + 1 * 114000 = 768000$  руб. Отчисления в социальные фонды (30 %) – 199680 руб. Итого затрат на оплату труда: 967680 руб. Здание для ремонта двигателей берем в аренду, общей площадью 100 м<sup>2</sup>. Стоимость 1м<sup>2</sup> составляет 1000 руб.

Необходимо учесть и прочие затраты. В прочие затраты входят затраты на коммерческие и управленческие расходы, а также аренда здания. Прочие затраты составляют 727871 руб. В целом эти расходы составили, по отношению к себестоимости 2,5 %. Примем значение прочих расходов 2,5 % от стоимости других затрат, инфляция 7 %. Себестоимость представлена в таблице 3.8.

Таблица 3.8 — Себестоимость ремонта электрооборудования по годам, руб.

Затраты	Год				
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
1. Сырье и основные материалы	60000	64200	68694	73502	78647
2. Вспомогательные материалы	22896	24499	26214	28049	30012
3. Электроэнергия	104817,6	130720,8	159033,6	190840,3	226502,4
4. ФОТ	768000	821760	879283	940833	1006691
5. Амортизация	160428	160428	160428	160428	160428
6. Прочие затраты	727871	778821	833338	891671	954087
Итого затрат:	1844012,6	1980429	2126991	2285323	2456367,4

Средняя себестоимость ремонта единицы электрооборудования составляет 41 909 руб., стоимость работы не более 25 %, тогда цена составит 52 386 рублей за единицу ремонта. Установив цену на продукцию и зная объем выпуска можно рассчитать объем ремонтных работ ООО «Элина». Данные расчетов представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 — Стоимость ремонтных услуг

Год	Объем ремонта, шт.	Цена реализации, тыс.руб.	Выручка, руб.
1-й	44	52386	2304984
2-й	50	56053	2802650
3-й	58	59976	3478608
4-й	64	64175	4107200
5-й	72	68667	4944024

Для реализации проекта нам необходим кредит в размере 1 572 000 рублей, состоящий из затрат на приобретение оборудования 837562 руб., затрат на основные материалы 60000 руб. Сюда же включаем 171542 руб. на косметический ремонт и 22896 руб. на хозяйственный инвентарь.

Кредит будет браться на 2 года под 16 %. График погашения кредита представлен в таблице 3.10.

Таблица 3.10 — График погашения кредита, руб.

Месяцы	Сумма кредита	Сумма платежей по процентам за кредит	Средства, направляемые на погашение кредита	Остаток невозвращенного кредита на конец месяца
1	1572000	2483760	65500	1506500
2	1506500	2380270	65500	1441000
3	1441000	2276780	65500	1375500
4	1375500	2173290	65500	1310000
5	1310000	2069800	65500	1244500
6	1244500	1966310	65500	1179000
7	1179000	1862820	65500	1113500
8	1113500	1759330	65500	1048000
9	1048000	1655840	65500	982500
10	982500	1552350	65500	917000
11	917000	1448860	65500	851500
12	851500	1345370	65500	786000
13	786000	1241880	65500	720500
14	720500	1138390	65500	655000
15	655000	1034900	65500	589500
16	589500	931410	65500	524000
17	524000	827920	65500	458500
18	458500	724430	65500	393000
19	393000	620940	65500	327500
20	327500	517450	65500	262000
21	262000	413960	65500	196500
22	196500	310470	65500	131000
23	131000	206980	65500	65500
24	65500	103490	1572000	0

Сумма платежей по процентам за кредит за 2 года составляет 103490 руб.

На основе исходных данных и описанных методов выполнен расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

### **3.3 Определение эффективности предлагаемых мероприятий**

Оценка эффективности инвестиционных проектов становится все более актуальной, так как в условиях рынка невозможно эффективно реализовывать инвестиционные проекты без реальной оценки.

При рассмотрении проекта оцениваются следующие виды эффективности:

- эффективность проекта в целом;
- эффективность участия в проекте.

Эффективность проекта в целом оценивается с целью определения потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

Для выявления рекомендаций по повышению инвестиционного проекта ООО «Элина» проведем финансовый анализ инвестиционного проекта.

При принятии решений в бизнесе возникает потребность в прогнозировании эффективности капитальных вложений. Для этого необходимо провести долгосрочный анализ доходов и издержек.

Основными методами оценки деятельности проекта являются:

- 1) определение чистого приведенного эффекта (чистой текущей стоимости);
- 2) расчет уровня рентабельности инвестиций;
- 3) расчет срока окупаемости проекта;
- 4) расчет внутренней нормы доходности проекта;

В основу этих методов положено сравнение объема предполагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений.

Методы могут базироваться как на учетной величине денежных поступлений, так и на дисконтированных доходах с учетом временной компоненты денежных потоков.

В таблице 3.11 представлены исходные данные для расчёта эффективности данного проекта.

Таблица 3.11 — Расчет исходных данных по годам

Показатели	Годы				
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Объем реализации, руб.	2304984	2802650	3478608	4107200	4944024
Текущие расходы, руб.	1844013	1980428,8	2126991	2285323	2456367
Налогооблагаемая прибыль, руб.	442545	804200,22	1333993	1804640	2470799
Налог на прибыль(20 %), руб.	88509	160840,04	266798,6	360928	494159,8
Чистая прибыль, руб.	354036	643360,17	1067194	1443712	1976639

Проведем расчет показателей эффективности данного проекта.

При оценке инвестиционных проектов возникает проблема дисконтирования денежных потоков.

Дисконтирование — процесс определения сегодняшней стоимости ожидаемых в будущем доходов. С помощью дисконтирования в финансовых расчетах учитывается фактор времени.

$$ДД = \sum_{i=1}^n \frac{Д_i}{(1+r)^i} \quad (3.1)$$

где:  $ДД$  - дисконтированная сумма ожидаемых доходов, тыс. руб.;

$Д_i$ - доход в  $i$ -периоде, тыс. руб.;

$i$  – период получения дохода;

$n$  – общее количество периодов получения доходов;

$r$  – коэффициент дисконтирования.

Коэффициент дисконтирования отражает минимальный уровень доходности, при котором инвестор согласен осуществлять свои вложения. В качестве этого коэффициента может выступать:

- коэффициент инфляции;
- ставка рефинансирования ЦБРФ;
- норма ускоренной амортизации.

В примере ставка дисконтирования ( $r$ ) равная 20 %, была определена



исходя из требуемой инвестором нормы доходности.

Основными показателями оценки инвестиционных проектов являются:

1. Показатель чистого приведенного эффекта (чистой текущей стоимости) является одним из основных при оценке инвестиционных проектов. Он рассчитывается как разница между дисконтированными потоками доходов от реализации проекта и дисконтированными потоками инвестиций на его осуществление. Если инвестиции осуществляются единовременно, то формула для расчета принимает следующий вид:

$$NPV = -ИН + \sum_{i=1}^n \frac{Д_i}{(1+r)^i} \quad (3.2)$$

где: NPV – чистая текущая стоимость проекта, тыс. руб.;

ИН – инвестиции на осуществление проекта, тыс. руб.;

Д<sub>і</sub> – доходы в і-год реализации проекта, тыс. руб.;

n – количество лет реализации проекта;

r – коэффициент дисконтирования.

Критерий выбора показателей:

NPV > 0, то проект следует принять;

NPV < 0, то проект следует отвергнуть;

NPV = 0, то проект ни прибыльный, ни убыточный.

$$NPV = 1572000 + \frac{-881280}{(1+0,2)^1} + \frac{-176213,8}{(1+0,2)^2} + \frac{563584,8}{(1+0,2)^3} + \frac{1243255}{(1+0,2)^4} + \frac{1894886}{(1+0,2)^5} = 1072232$$

2. Индекс рентабельности инвестиций.

Индекс рентабельности проекта (PI). Индекс рентабельности показывает, сколько единиц современной величины денежного потока приходится на единицу предполагаемых первоначальных затрат. Показатель является относительным, он характеризует уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений – чем больше значение этого показателя, тем выше отдача каждого рубля, инвестированного в данный проект.

$$R = \frac{IИ + NPV}{IИ} \quad (3.3)$$

где: R – индекс рентабельности инвестиций.

Критерий выбора показателей:

$R > 1$ , то проект необходимо принять;

$R < 1$ , то проект следует отвергнуть;

$R = 1$ , то проект не является ни прибыльным ни убыточным.

$$R = \frac{-1572000 + 1072232}{1572000} * 100 = 31,8\%$$

### 3. Дисконтированный срок окупаемости проекта.

Срок окупаемости инвестиций (PP). Метод состоит в вычислении количества лет, необходимых для полного возмещения первоначальных затрат т.е. определяется момент, когда денежный поток доходов сравнивается с суммой денежных потоков затрат. Данный показатель определяет момент времени, когда дисконтированные потоки доходов становятся равными потокам затрат. Дисконтированный срок окупаемости проекта всегда широко используется при оценке проекта в условиях инфляции, так как он обеспечивает наискорейший возврат вложенного капитала.

### 4. Внутренняя норма прибыли.

Показатель внутренней нормы прибыли показывает максимально допустимый уровень расходов, который может быть отнесен на данный проект. Это такое значение коэффициента дисконтирования, при котором показатель чистой текущей стоимости проекта равен нулю.

$$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} * (r_1 - r_2) \quad (3.4)$$

где:  $r_1$  – коэффициент дисконтирования, при котором NPV проекта положительно;

$f(r_1)$  – положительное значение NPV;

$r_2$  – коэффициент дисконтирования, при котором NPV проекта отрицательна;

$f(r_2)$  – отрицательное значение NPV;

IRR – внутренняя норма доходности проекта.

Показатель IRR в нашем случае можно сравнить с уровнем рентабельности активов в процессе деятельности предприятия:

если  $IRR > R_A$ , то вариант принимается;

$IRR < R_A$ , то вариант отвергается;

$IRR = R_A$ , то вариант и не прибыльный и не убыточный.

Вывод: проведя расчеты эффективности проекта, видим, что:

– разница между дисконтированными потоками доходов от реализации проекта и дисконтированными потоками инвестиций составила 1072232 руб.;

– дисконтированный срок окупаемости проекта 1,47 лет;

Все эти показатели говорят о том, что проект выгоден для предприятия и с его внедрением предприятие будет получать дополнительный доход.

Искомый индекс рентабельности инвестиций определяется как отношение дисконтированного дохода и инвестиций и составит 1,47. Это означает, что проект при своей реализации позволит полностью вернуть все инвестированные средства и дополнительно к этому получить чистую прибыль в размере 14,7 % от суммы всех инвестиций. Расчет показывает, что внутренняя норма доходности для варианта без привлечения заемных средств равна (52,93 %). Как видно из таблицы проект имеет: дисконтированный срок окупаемости 1,47 года, индекс рентабельности равный 31,8 %, что превышает единицу, следовательно, проект рентабелен.

Все эти показатели свидетельствуют о высокой эффективности предлагаемого проекта. Остаточная стоимость составит 20 % от стоимости оборудования:  $837562 * 20 \% = 167512,4$  руб.

Таблица 3.12 — Анализ эффективности проекта с кредитом и без него

Показатели	Значение показателей
IRR	52,93 %
NPV, тыс. руб.	1072232
Индекс рентабельности	1,47
Дисконтированный срок окупаемости, лет	1,47

В таблице 3.12 представим анализ рентабельности после реализации проекта.

Таблица 3.13 — Анализ рентабельности после реализации проекта

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год
1. Выручка от реализации, руб.	2304984	2802650	3478608	4107200
2. Себестоимость продукции, руб.	1844012,6	1980428,8	2126991	2285323
3. Прибыль от реализации, руб.	442545	804200,22	1333993	1804640
4. Рентабельность продукции, %.	24,00	40,61	62,72	78,97
5. Рентабельность продаж, %.	19,20	28,69	38,35	43,94

Как видно из таблицы 3.13 инвестиционный проект является эффективным. Для предприятия эффективность реализации проекта с кредитом оказалась выше, чем в случае варианта без кредита.

Для реализации проекта необходим кредит в размере 1 572 000 рублей, состоящий из затрат на приобретение оборудования 837562 руб., затрат на основные материалы 60000 руб. Сюда же включены 171542 руб. на косметический ремонт и 22896 руб. на хозяйственный инвентарь. Кредит будет браться на 2 года под 18 %.

Проведя расчеты эффективности проекта, видим, что:

- разница между дисконтированными потоками доходов от реализации проекта и дисконтированными потоками инвестиций составила 1072232 руб.;
- дисконтированный срок окупаемости проекта 1,48 лет;

Все эти показатели говорят о том, что проект выгоден для предприятия и с его внедрением предприятие будет получать дополнительный доход.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентоспособность организации — это относительная характеристика, которая выражает степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей. Конкурентоспособность организации характеризует возможности и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции.

Все компании в условиях жесткой конкуренции, быстро меняющейся ситуации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел в компании, но и вырабатывать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении.

Деятельность предприятий требует постоянного совершенствования и обновления, выработки соответствующей стратегии и тактики управления.

Инструментами реализации данных мероприятий являются:

- оценка конкуренции,
- управление внутренними и внешними параметрами деятельности предприятия с целью максимизации критерия конкурентоспособности.

Для достижения целей, поставленных в работе, проведено исследование деятельности ООО «Элина».

По результатам анализа предприятие является рентабельным, так как результаты от реализации покрывают издержки обращения и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия. Рентабельность продаж возросла на 8,83 %. Причиной роста явилось снижение себестоимости продаж при увеличении объема выручки.

Финансовое состояние организации нельзя признать абсолютно устойчивым, так как при неблагоприятных изменениях внешней среды оно не сможет сохранить способность нормального функционирования, своевременно и полностью выполнять свои обязательства по расчетам с персоналом,

поставщиками, банками, по платежам в бюджет и внебюджетные фонды и при этом выполнять свои текущие планы и стратегические программы.

На основе проведенного маркетинговой анализа деятельности ООО «Элина», исследуемому предприятию рекомендовано использовать стратегию развития рынка. Данная стратегия предусматривает выход на совершенно новые сегменты рынка, а также количественное и качественное увеличение ассортимента работ и услуг.

Расчетный коэффициент конкурентоспособности лежит в диапазоне от 1 до 3, то есть, ООО «Элина» относится к категории «рыночных последователей». Они проводят политику следования за отраслевым лидером, не рискуют, но и не проявляют пассивности. Такие фирмы копируют деятельность лидера, но действуют более осмотрительно и рассчитывают на меньшие ресурсы.

Результатом проекта основных направлений стратегической политики организации с учетом факторов, постоянно меняющейся конкурентной среды должно стать повышение конкурентоспособности.

Для повышения конкурентоспособности ООО «Элина» увеличения размеров получения прибыли предлагаем разработку проекта по организации участка по ремонту электрооборудования.

Для реализации проекта необходим кредит в размере 1 572 000 рублей.

Расчет эффективности проекта, показал, что разница между дисконтированными потоками доходов от реализации проекта и дисконтированными потоками инвестиций составила 1072232 руб., а дисконтированный срок окупаемости проекта 1,48 лет;

Все эти показатели говорят о том, что проект выгоден для предприятия и с его внедрением предприятие будет получать дополнительный доход.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51 – ФЗ (ред. от 23.05.2016).
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135 – ФЗ (ред. от 13.07.2015).
3. Виноградова уставного, М. В. Организация и планирование защиты деятельности организаций согласие сферы сервиса пред: Учебное пособие приведен / М. В. Виноградова, З. И. Панина таким. — М.: Дашков и К, 2016 проценты. — 448 с.
4. Елизаров, Ю. Ф. Экономика организации организаций (организаций долгосрочные): учебник / Ю. Ф. Елизаров сумма. — М. : Экзамен, 2016 развития. – 495 с.
5. Зайцев, Н. Л. Экономика имущества, организация и управление пайщиков предприятием: учебное согласие пособие / Н. Л. Зайцев эффективных. — М. : Инфра–М, 2016 процесс. – 453 с.
6. Еремин, В. Н. Маркетинг : основы и маркетинг информации : учебник / В. Н. Еремин. — М. : КНОРУС, 2014. – 656 с.
7. Маркова В. Д. Маркетинг повышения менеджмент: учебное любого пособие /В. Д. Маркова банкротству. — Москва: Омега кооператив —Л, 2015. — 204 с.
8. Медведева рост, О. В. Комплексный экономический повышения анализ хозяйственной процесса деятельности предприятия отнесенную: Учебник /О. В. Медведева этой, Е. В. Шпилева, А. В. Немова согласие — Ростов н/д: Феникс имущества, 2015. – 325 с.
9. Панова проведении, А. К. Планирование и эффективная причин организация продаж успешная: Практическое пособие ротных / А. К. Панова. — М. : Дашков может и К, 2016. — 192 с.
10. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / И. В. Сергеев. — Москва. : Финансы и статистика, 2015. – 573 с.

11. Лихачева, О. Н. Финансовое планирование на предприятии : Учебно-практическое пособие. — М. : ТК Велби, Изд-во проспект, 2015. — 264 с.
12. Любушин, Н. П. Экономика организации : учебник под ред Н. П. Любушина. — М. : КноРус. — 2013. — 220 с.
13. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М. : ЮНИТИ – Дана, 2013. — 750 с.
14. Кандалинцев, В. Г. Сбалансированное управление предприятием : учеб. пособие для вузов / В. Г. Кандалинцев. — М. : КНОРУС, 2015. — 224 с.
15. Когденко, В. Г. Экономический анализ : учеб. пособие для студентов вузов/ В. Г. Когденко. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 390 с.
16. Лапыгин, Ю. Н. Планирование на предприятии : практич. пособие / Ю. Н. Лапыгин. — М. : Омега-Л, 2015. — 92 с.
17. Морозова, Т. Г. и др. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие для ВУЗов. — Москва. : ЮНИТИ, 2015. — 318 с.
18. Печенкин, А. В. Оценка конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. А. Печенкин. — Москва. : МГЭИ, 2016. — 123с.
19. Прыкин, Б. В. Экономический анализ предприятия [Текст] : учебник /Б. В. Прыкин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА. — 2015. — 552с.
20. Сергеев, И. В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2015.
21. Селезнева, Н. Н., Ионова А. Ф. Финансовый анализ. Управление финансами : Учеб. пособие для вузов. — 2-е изд., перераб и доп. — М. : ЮНИТИ- ДАНА, 2013. — 639 с.
22. Сысоева, С. В. Управление ассортиментом. Категорийный менеджмент / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. — СПб. : Питер, 2013. — 288 с.
23. Чернышев, Б. Н. Экономика организации (предприятия, фирмы) : учебник / Б. Н. Чернышев, В. Я. Горфинкель. — М. : Вузовский учебник, 2015. — 536 с.
24. Шохин, Е. И. Финансовый менеджмент : учебник для вузов. / под ред. Е. И. Шохина, Е. В.Серегина, М. Н. Гермогентова. КноРус, — 2015. — 480 с.



25. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник / Л. А. Чалдаева. — Москва : Юрайт, 2015. — 347 с.
26. Чувакова, С. Г. Управление ассортиментом : Практическое пособие / С. Г. Чувакова. — М. : Дашков и К, 2012. — 260 с.
27. Шепеленко, Г. И. Экономика, предприятие и планирование производства на предприятии : учебное пособие / Г. И. Шепеленко. — Ростов-на-Дону: МарТ, 2013. — 600 с.
28. Экономика отрасли : учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. — Москва : ИНФРА-М, 2015. — 307 с.
29. Экономика предприятия : учебник / И. Н. Чуев, Л. Н. Чуева. — Москва: Дашков и К, 2012. — 414 с.
30. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. — Москва : Финансы и статистика, 2015. — 334 с.
31. Экономика предприятий (организаций): учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. — Москва : Проспект : Кнорус, 2013. — 304 с.
32. Экономика предприятия : учебник / В. М. Семенов и др. — Санкт-Петербург : Питер, 2013. — 416 с.
33. Экономика предприятия : учебник / А. П. Аксенов и др. — Москва: КноРус, 2015. — 346 с.
34. Экономика фирмы : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель и др. — Москва: ИД Юрайт, 2015. — 678 с
35. Калужский, М. Товарная политика в маркетинге / М. Калужский// Центр дистанционного образования «Элитариум». Режим доступа: <http://www.elitarium.ru>.
36. Щербакова С. А. Пути повышения эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №9.2. — С. 63-65.
37. Суворов, А.И. Уровни конкурентоспособности предприятия. - Режим доступа: <http://kmsoft.ru/LD/C014/102/3488303065.htm>.

## Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 2016 г.

Форма по ОКУД \_\_\_\_\_

Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_

Организация ООО «Элина» по ОКОПО \_\_\_\_\_

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН \_\_\_\_\_

Вид экономической деятельности Электромонтажные работы по ОКВЭД \_\_\_\_\_

Организационно-правовая форма/форма собственности \_\_\_\_\_

Собственность с долей федеральной собственности \_\_\_\_\_ по ОКОПФ/ОКФС \_\_\_\_\_

Единица измерения: тыс. руб. \_\_\_\_\_

Местонахождение (адрес): 655004, Республика Хакасия, г. Абакан. ул. Кожевнная, 28 \_\_\_\_\_

Коды		
31	12	2016
1901056459		
45.3		
65	16	
384		

АКТИВ	Код	На 31.12.2016 года	На 31.12.2015 года	На 31.12.2014 года
1	2	3	4	5
<b>I. Внеоборотные активы</b>				
Нематериальные активы	1110			
Результаты исследования и разработок	1120			
Основные средства	1130	24801	23477	28989
Доходные вложения в материальные ценности	1140			
Финансовые вложения	1150			
Отложенные налоговые активы	1160	921	10362	9632
Прочие внеоборотные активы	1150	1244	2290	2210
<b>Итого по разделу I</b>	<b>1100</b>	26966	36129	40831
<b>II. Оборотные активы</b>				
Запасы	1210	22569	52606	59758
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	410	351	346
Дебиторская задолженность	1230	121319	64624	54104
Краткосрочные финансовые вложения	1250		28892	28910
Денежные средства	1260	16	485	136
Расходы будущих периодов		8195	8594	8651
Прочие оборотные активы	1270			
<b>Итого по разделу II</b>	<b>1200</b>	152509	146958	143254
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	179475	183087	184085

ПАССИВ	Код	На 31.12.2016 года	На 31.12.2015 года	На 31.12.2014 года
1	2	5	4	3
III. Капитал и резервы		210	210	210
Уставный капитал	1310			
Паевой фонд	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	44492	24720	34638
Итого по разделу III	1300	44702	24930	34848
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	1410	82511	106094	110920
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие долгосрочные обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400	82511	106094	110920
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	1510	529	80	110
Кредиторская задолженность	1520	50133	50384	52144
Доходы будущих периодов	1530			
Резервы предстоящих расходов	1540			
Прочие обязательства	1550	1600	1600	1600
Итого по разделу V	1500	52262	52064	53854
БАЛАНС	1700	179475	183087	184085

Руководитель

О.В. Ямщиков

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

# Приложение Б

## Отчет о финансовых результатах

за январь-декабрь 20 16 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Элина» по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН

Вид экономической деятельности по ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности частная по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб.

по ОКЕИ

Коды		
0710002		
31	12	2016
1901056459		
384		

Наименование показателя	Код строки	За январь-декабрь 2016 года	За январь-декабрь 2015 года
1	2	3	4
Выручка	2110	201494	193510
Себестоимость продаж	2120	(139932)	(172491)
Валовая прибыль	2100	61562	21019
Коммерческие расходы	2210	(10837)	(18789)
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	50725	2230
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330	(8567)	(9984)
Прочие доходы	2340	52879	86382
Прочие расходы	2350	(64815)	(124971)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	30222	(46343)
Текущий налог на прибыль	2420	(3774)	(153)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства	2421		
Изменение отложенных налоговых активов	2430	9441	9695
Изменение отложенных налоговых обязательств	2450	(2765)	(72)
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	19772	(36873)

Руководитель

О.В. Ямщиков

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

## SWOT-анализ ООО «Элина»

Внутренняя среда	Сила	Слабость
	1. Наличие проектного подразделения позволяет обеспечивать многовариантность решения инженерных задач. 2. Широкая производственная (продуктовая) линейка работ и услуг. 3. Высокая квалификация персонала	1.Сбои в снабжении 2.Недостатки в рекламной политике 3. Не полная загруженность производственных мощностей 4.Неучастие персонала в принятии управленческих решений
Внешняя среда	Возможности	Угрозы
	1. Выход на новые рынки, добавление сопутствующих услуг 2. Квалификация персонала, контроль качества и развитие рекламных технологий дадут возможность успеть за ростом рынка 3. Четкая стратегия позволит использовать все возможности.	1. Появление новых конкурентов, низкий уровень сервиса и средний уровень цен ухудшит конкурентную позицию; 2. Непродуманная рекламная политика; 3. Неполная загруженность производственных мощностей при росте темпов инфляции

## Оценка конкурентоспособности ООО «Элина»

балл

Фактор конкурентоспособности	ООО «Энергострой»	ООО «Энергопроектсервис»	ООО «Элина»
1. Услуги			
Качество	высокое (1)	высокое (1)	высокое (1)
Срок исполнения	по договору (1)	по договору (1)	по договору (1)
Безопасность обслуживания	(1)	(1)	(1)
Соблюдение сроков обслуживания	(1)	(0,5)	(0,5)
Предоставление транспортного обслуживания	(0,5)	(0)	(0)
Предоставление услуг мобильной связи	(1)	(0)	(0)
Владение персонала англ. яз.	(1)	(1)	(1)
Надежность	(1)	(1)	(1)
2. Цена			
Прейскурантная цена	(1)	(1)	(1)
Индивидуальная цена	(1)	(0)	(0)
Скидки с цены	(0,5)	(0)	(0)
Возможность отсрочки	(0,5)	(0)	(1)
3. Каналы сбыта			
Доля фирмы на рынке, % (по всему ассортименту услуг)	27 (1)	18 (0,5)	21 (0,5)
4. Продвижение товаров по каналам сбыта			
Телемаркетинг	(1)	(0)	(0)
Внутрифирменная реклама	(1)	(1)	(1)
Собственный web-сайт	(1)	(0)	(1)
Упоминание об услугах в СМИ	(1)	(1)	(1)
Общее количество баллов	15,5	9	11

Последний лист бакалаврской работы по теме:  
Повышение конкурентоспособности предприятия (на примере ООО «Элина»)

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.  
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 37 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

дата

\_\_\_\_\_  
(подпись)

А.С. Степень  
(Ф.И.О.)